CCI POITOU-CHARENTES

Mandature 2011-2015

Schéma sectoriel

APPUI AUX ENTREPRISES

Septembre 2012

Introduction.....p 3

Création/transmission/reprise.....p 9

Innovation, intelligence et informations économiques.....p 42

International .....p 97

Commerces et services .....p 140

Industrie .....p 164

Tourisme .....p 193

INTRODUCTION

L'aide à la création, à la transmission et au développement des entreprises, plus simplement appelée « Appui aux entreprises », constitue une des missions essentielles des CCI de Poitou-Charentes, au même titre que la formation, l'appui aux territoires ou la représentation des entreprises.
Cette mission est accomplie par les CCI territoriales qui sont directement et quotidiennement en prise avec les créateurs et les chefs d'entreprise.

Avant d'aborder la stratégie, il est essentiel de rappeler que l'Appui aux entreprises consiste, avant tout, à apporter des réponses à valeur-ajoutée aux porteurs de projets et aux chefs d'entreprise des territoires. Privilégiée lors de l'élaboration de la stratégie régionale, la valeur « proximité » prend ici tout son sens : l'appui aux entreprises consiste bien, pour un grand nombre de collaborateurs des CCIT, à accompagner des hommes et des femmes qui mènent des projets.

Le tissu économique régional est majoritairement composé de (très) petites entreprises réparties sur des territoires relativement peu denses. La mission d'Appui doit être analysée en tenant compte des contraintes suivantes : nombre élevé d'hommes et de projets à accompagner, petite taille des activités économiques, créées ou existantes, éparpillement des implantations dans des territoires majoritairement ruraux et aux caractéristiques souvent différentes.
La connaissance du tissu économique régional est détenue par les collaborateurs de terrain. La consolidation régionale des informations est un axe majeur de progrès.

L'objectif du schéma appui consiste bien à rechercher, au niveau régional, les axes d'améliorations possibles afin d'élaborer une stratégie commune au bénéfice des entreprises de Poitou-Charentes, qui permette de rendre un meilleur service au moindre coût, pour les années 2012-2015. Cette stratégie s'appuie sur deux axes : premièrement, la mutualisation des connaissances, bonnes pratiques et moyens pour que les CCI territoriales optimisent les contacts directs avec les porteurs de projets et chefs d'entreprise, en toute proximité ; deuxièmement, l'élaboration de politiques régionales, telles que la structuration de filières, l'essor du commerce international, etc.

1ère partie : Les éléments de cadrage

1.1 Rappel des textes (extrait du Code du Commerce)

Article D 711-41

I – « Les schémas sectoriels mentionnés au 3° de l'article L. 711-8 du Code du Commerce indiquent l'implantation de tous les établissements, infrastructures, équipements et services gérés par une ou plusieurs CCIT, (…) ou CCI de région, dans chaque circonscription de la chambre de région concernée dans les domaines suivants :
1° Gestion des équipements aéroportuaires et portuaires (*Schéma réalisé par ailleurs)*
2° Formation et enseignement (*Schéma réalisé par ailleurs)*
3° Aide à la création, à la transmission et au développement d'entreprises.
4° Développement durable (*Schéma réalisé par ailleurs)*

Ils peuvent également concerner d'autres secteurs, et en particulier les secteurs du développement international, de l'intelligence économique, de la recherche et de l'innovation. (*Ces thèmes ont été inclus dans le Schéma Appui présenté)*

Ils sont élaborés par les CCI de région dans le respect des normes d'intervention prévues au 2° de l'article L.711-16 et en cohérence avec le Schéma Régional de Développement Economique (SRED), s'il a été adopté.
Chaque schéma sectoriel est accompagné d'un rapport justifiant les choix effectués au regard du schéma régional de développement économique. Ce rapport fait également apparaître **les objectifs poursuivis** dans les domaines susmentionnés ainsi que **les moyens mis en œuvre**. »

II – « Un schéma sectoriel peut porter sur la mise en œuvre d'actions communes ou la mutualisation des moyens mis en commun avec la CRMA (Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat) et avec la CRA (Chambre Régionale d'Agriculture) pour le compte des chambres consulaires relevant des circonscriptions de ces chambres de région. De même, les CCIT peuvent mettre en œuvre des actions communes avec les CDMA (Chambre Départementale de Métiers et de l'Artisanat) et les CDA (Chambre d'Agriculture) dans le respect, le cas échéant, des schémas sectoriels. »

Article D711-41-1

« Les CCIR vérifient, lors de l'élaboration et de la révision des schémas sectoriels, le respect des normes d'intervention et des indicateurs définis par l'ACFCI en application de l'article D. 711-56-1.
Les schémas sectoriels peuvent définir des indicateurs supplémentaires au vu des particularités de la zone concernée. »

Au-delà de ces textes, et s'inscrivant dans la stratégie régionale votée en juin 2011, il s'est agi, pour les responsables des CCI de Poitou-Charentes, de réfléchir ensemble à leurs pratiques, à l'analyse des besoins des entreprises, aux axes d'amélioration possibles afin d'élaborer une stratégie commune au bénéfice des entreprises de Poitou-Charentes. L'objectif est de rendre un meilleur service au moindre coût, pour les années 2012-2015, sachant que des ajustements sont possibles et prévus en cours de période. C'est admettre que l'échelle régionale est pertinente pour la définition d'une stratégie d'Appui aux entreprises efficace en offrant aux CCIT les moyens d'exercer mieux encore, de

manière plus coordonnée et plus homogène sur l'ensemble du territoire régional, leur mission de contact direct auprès des entreprises locales, particulièrement essentielle au sein d'un tissu économique composé de petites entreprises réparties sur un territoire régional relativement peu dense. Il s'agit, également, de contribuer à concevoir les budgets des années à venir en anticipant les moyens nécessaires à la réalisation des actions communes, décidées à l'échelle régionale, et régulièrement évaluées, intégrant, autant que possible, la notion de retour sur investissement pour l'entreprise.

Il peut être utile de rappeler en quoi consiste, succinctement, la mission d'Appui aux entreprises remplie par les CCI.

1.2 Définition et contenu de l'appui aux entreprises

On entend par « appui aux entreprises », l'ensemble des services rendus par les CCI à leurs ressortissants, depuis la création jusqu'à la transmission, quelle que soit la taille ou l'activité exercée.

Les services rendus par le réseau des CCI de Poitou-Charentes peuvent être individuels, ou collectifs, lors d'opérations qui concernent plusieurs entreprises, éventuellement d'un même secteur d'activité, ayant exprimé un besoin commun.
Les services apportés par les CCI sont adaptés à l'entreprise selon sa taille et son secteur d'activité.

Le Bureau de la CCI Poitou-Charentes a décidé de scinder le Schéma sectoriel Appui aux Entreprises en 6 thèmes : 3 thèmes transverses (Création/Transmission/Reprise, Innovation/Information/ Intelligence Economique (3IE), International) et 3 thèmes liés aux secteurs économiques (Commerce et Services, Industrie, Tourisme). Chaque thème fait l'objet d'un rapport détaillé dans le présent document.

Il est à noter que la CCI Poitou-Charentes est partenaire du réseau Entreprise Europe, membre du consortium interrégional Sud-ouest France. La mise en œuvre des actions se fait en étroite collaboration avec le réseau des CCI de Poitou-Charentes. Le service Europe contribue activement aux actions « d'appui aux entreprises » et participe en tant que de besoin aux diverses Commissions régionales de la CCI Poitou-Charentes.

Afin d'assurer une cohérence et une facilité de lecture et d'analyse, chaque thème du **Schéma sectoriel Appui aux Entreprises** est organisé selon un sommaire identique préconisé par l'ACFCI.

Après une introduction comportant le rappel des textes, chaque volet du Schéma sectoriel comporte une première partie appelée ETAT DES LIEUX, puis, après un diagnostic, sont abordés les ENJEUX ET STRATEGIE en fonction des moyens précisés dans le PLAN D'ACTIONS complété d'indicateurs précis (y compris ceux imposés par l'ACFCI).

Elaborer un tel Schéma sectoriel impose également de connaitre au mieux les ressortissants à qui sont destinés les services apportés : cible-clients. Globalement, la région Poitou Charentes compte plus de **60 000 entreprises** inscrites au RCS (Registre du Commerce et des Sociétés). Des spécificités territoriales existent et la CCIT a, alors, adapté ses services.

1.3 Méthode retenue

Chacun des thèmes présentés dans ce schéma sectoriel a été élaboré par une Commission régionale dédiée, composée d'au moins un représentant élu de chacune des CCI de Poitou-Charentes, auquel s'est associé un collaborateur spécialiste du thème étudié de chaque CCI.
Chaque Commission régionale est présidée par un **élu, membre du bureau de la CCIR, ou participant, garant de la politique souhaitée par le Bureau et rapporteur au-dit Bureau.**

Les Commissions régionales et leur Président :

- Commission régionale Innovation, Information et Intelligence économique : Jean-Pierre MEUNIER,
- Commission régionale International : Daniel BRAUD,
- Commission régionale Commerce et services : Jean-Bernard LASSALE,
- Commission régionale Industrie : Xavier de BOYSSON,
- Commission régionale Tourisme : Jean-Michel BRUNET
- Commission régionale Création/Transmission/Reprise : initialement créée, le Bureau de la CCIR a décidé de la transformer en Groupe de Travail Régional (GTR) présidée par Daniel BRAUD,

Les travaux préparatoires à ceux des commissions ont fait l'objet de réunions des collaborateurs concernés dans chaque CCI au sein des GTR (groupe technique régional) qui existent et fonctionnent depuis plusieurs années.
Le travail des commissions s'est effectué soit sous forme de réunions en présence physique, soit par visioconférence, afin de faciliter, par un réel gain de temps, la présence des élus des CCI.

Tous les GTR et commissions ont fait l'objet d'un compte rendu diffusé à l'ensemble des membres de chaque commission, aux directeurs généraux des CCI et aux Présidents des CCI.

Le rôle des commissions se poursuivra par le suivi de la mise en œuvre des plans d'action et les ajustements qui s'avéreront nécessaires au cours des années à venir.

Une information de l'avancée du Schéma Appui aux entreprises a été effectuée par chaque Président de Commission régionale au cours de l'Assemblée générale du 29 mars 2012, des Bureaux du 25 avril et 24 mai 2012.
Le Schéma sectoriel ne pourra être présenté au vote de l'Assemblée générale de la CCIR qu'après l'accord des CCI et du Bureau de la CCIR.

2ème partie : Les principaux enseignements

2.1 Trois orientations stratégiques communes à tous les thèmes

La recherche d'une meilleure mutualisation des informations

Tant dans le domaine de la création/reprise, l'innovation ou encore celui de l'international, une forte volonté de consolidation régionale de la connaissance du tissu économique et des actions menées localement.

La mise en place d'une GRC régionale partagée (outil de Gestion de Relation Client) est un des axes essentiels.

La Communication

La communication identifiée comme stratégique pour toutes les thématiques recouvre deux préoccupations : faire en sorte que les entreprises et les collectivités locales (appui direct) aient une **meilleure connaissance des services proposés par les CCI ainsi que des compétences mises à leur disposition par les CCI.**

Les Réseaux d'entreprises

Le soutien aux réseaux, groupements et associations d'entreprises fait partie de la mission des CCI, tant au niveau local que régional. Cette vision stratégique est partagée par le Schéma régional de développement économique, écologique, social et solidaire en vigueur.

2.2 Les moyens humains et financiers du Schéma sectoriel

Deux tableaux traduisent succinctement, les moyens mis en œuvre par le réseau des CCI pour réaliser le Schéma sectoriel Appui aux entreprises :

***ATTENTION** : les chiffres indiqués ci-dessous sont indicatifs.*

TABLEAU 1 : Par thème de travail

Equivalent Temps Plein (ETP) & Ressources Fiscales

	ETP TOTAL *(cumul 6 CCI + CCIR)*	**ETP** Plan d'action Régional	**Ressources fiscales Schémas sectoriels** *(dont masse salariale + coûts externes) en €*
Création, Transmission, Reprise	38.7	38.7	1 864 000
Innovation, Information & Intelligence Economique	30.6	13.5	842 300
Développement international	11.9	11.9	1 177 500
Commerce & Services *(1)*	53.3	16	832 000
Industrie	23.7	17.7	1 094 200
Tourisme	9.1	1.5	126 600
TOTAL APPUI AUX ENTREPRISES	**167.3**	**99.3**	**5 936 600**

(1) ETP affecté au conseil + ETP affectés au soutien aux associations de commerce

Le tableau ci-dessus montre l'importance relative de chaque thème, leur diversité en termes de ressources humaines (en ETP) consacrées au plan territorial et régional ainsi que la disparité des besoins en ressources fiscales. Il met en évidence la déclinaison locale du plan d'action national EEF (Entreprendre En France), le détail figurant dans le thème création/transmission/reprise.

TABLEAU 2 : par CCI

Ressources humaines (en ETP) affectées par CCI aux différents thèmes

	Commerce & Services	**Création, Trans. Reprise**	**Dévelop. International**	**Innovation, Information & Int.Econ.**	**Industrie**	**Tourisme**
CCIT Angoulême	6	6.4	2.5	1.5	2.5	2
CCIT Cognac	2.2	2.9	1.3	12	0.7	0.3
CCIT Rochefort	15.2	9.5	0.5		3.5	2.7
CCIT La Rochelle	9	6	1		4	1.5
CCIT Deux Sèvres	9.8	6	1.8	6.6	6.5	1
CCIT de la Vienne	10.5	7.3	3	3.7	0.5	1
CCIR	0.6	0.6	1.8	7.4	6	0.6
TOTAL	**53.3**	**38.7**	**11.9**	**30.6**	**23.7**	**9.1**

(*)réparti en 2.8 ETP industrie et 2.7 ETP en mission territoriale et se consacrant à des activités industrie.

Volet

Création Transmission / Reprise

Elu référent :

Daniel BRAUD

S O M M A I R E

1 – Etat des lieux
- 1.1 – Contexte
  - 1.1.1 – Contexte national
    - 1.1.1.1 – Création
    - 1.1.1.2 – Transmission Reprise
  - 1.1.2 – Contexte régional
    - 1.1.2.1 – Création
    - 1.1.2.2 – Transmission Reprise
  - 1.1.3 – Contexte politique et institutionnel

- 1.2 – Offre de services « Création Transmission Reprise » des CCI de Poitou-Charentes
  - 1.2.1 – Offre locale et organisation
  - 1.2.2 – Accompagnement des porteurs de projets
  - 1.2.3 – Le Centre de Formalités des Entreprises
  - 1.2.4 – L'Offre en chiffres
  - 1.2.5 – Effectifs et budget

- 1.3 – Diagnostic
  - 1.3.1 – Forces
  - 1.3.2 – Faiblesses
  - 1.3.3 – Menaces
  - 1.3.4 – Opportunités

2 – Enjeux et stratégie
- 2.1 – Les enjeux
- 2.2 – La stratégie

3 – Plan d'actions

4 – Mise en œuvre du volet « Création Transmission Reprise »
- 4.1 - Les principes
- 4.2 - Les moyens
- 4.3 - Les indicateurs
- 4.4 - La gouvernance

Annexes
Fiches actions

1– Etat des lieux

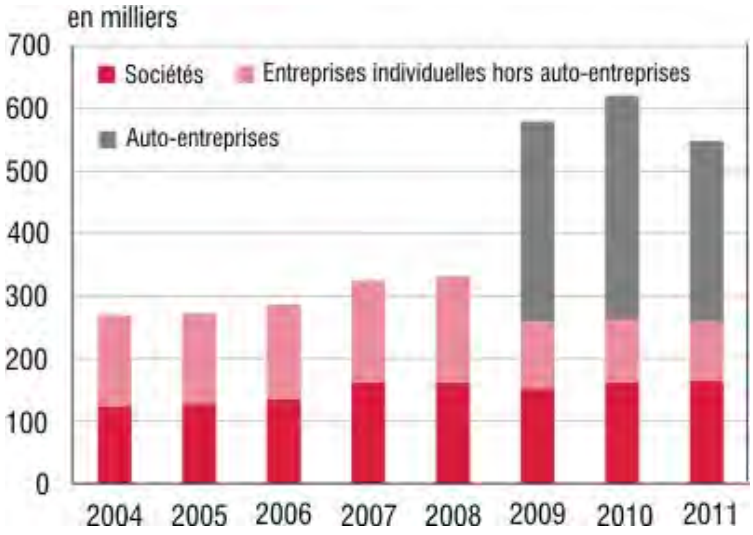
1.1 – Contexte

1.1.1 – Contexte national

1.1.1.1 - Création

Si les créations de sociétés se maintiennent en 2011 (+ 2 %), le nombre de créations d'entreprises individuelles diminue, notamment du fait d'une baisse importante des immatriculations d'auto-entreprises (– 19 %). Ces évolutions sont assez uniformes et touchent tous les secteurs d'activité. L'engouement croissant, à la création d'une société, pour une forme juridique simplifiée ou unipersonnelle se confirme en 2011. La baisse du nombre total de créations affecte presque toutes les régions, mais les créations de sociétés sont en hausse dans trois quarts d'entre elles. 94 % des créations se construisent sans salarié, notamment en raison de la part élevée des immatriculations d'auto-entreprises (53 %). Les créateurs d'entreprises individuelles ont en moyenne 38 ans. Les deux tiers sont des hommes, mais la part de créatrices varie beaucoup selon les secteurs d'activité : elles sont très peu représentées dans l'information et la communication et dans la construction.

Le nouveau statut d'entrepreneur individuel à responsabilité limitée (EIRL), mis en place en 2011, a été choisi par 4 520 créateurs, soit moins de 1,5 % des nouveaux entrepreneurs individuels. (Source INSEE)



Lecture : en 2011, le nombre de créations d'entreprises diminue de 11,6 %. Cette baisse est due à celles des nombres d'immatriculatons d'auto-entreprises (- 18,9 %) et des autres entreprises individuelles (- 7,4 %).

Champ : ensemble des activités marchandes non agricoles.

Source : Insee, répertoire des entreprises et des établissements (Sirene).

1.1.1.2 – Transmission-reprise

Depuis 2006, il n'y a plus de données chiffrées disponibles sur le nombre de reprises, date à laquelle l'INSEE a cessé de les comptabiliser. Un consensus s'est néanmoins dégagé autour du chiffre de 60 000 par an. Un chiffre relativement stable depuis les 10 dernières années.

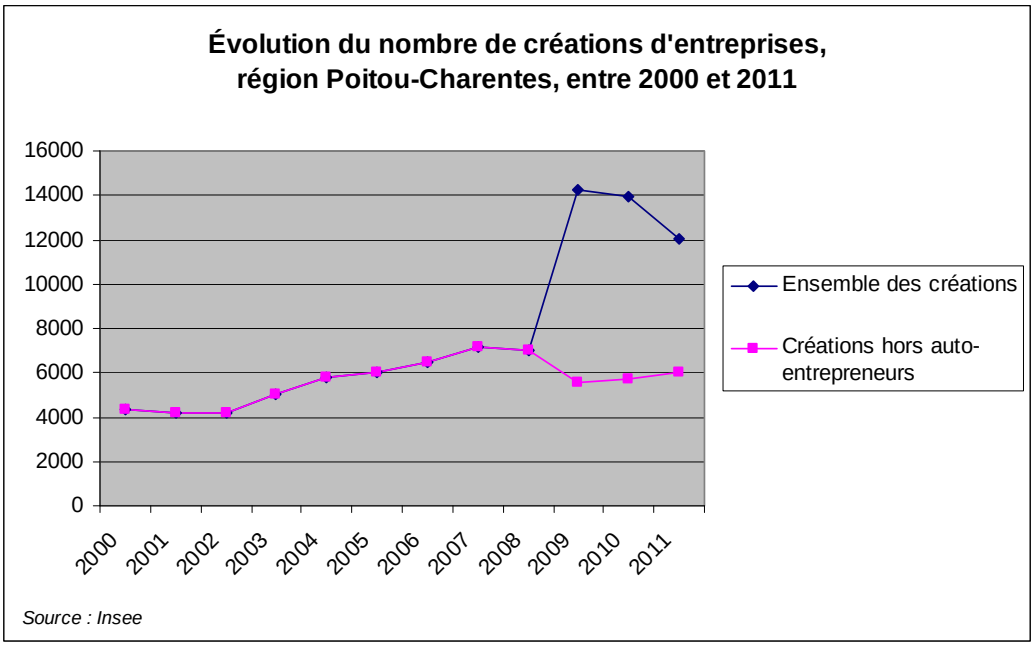
Depuis 2002, la thématique de la Transmission - Reprise est régulièrement mise en avant en raison de la prise de conscience politique du vieillissement de la population et, par suite, des chefs d'entreprise ; une explosion du nombre de transmissions d'entreprise était attendue. Cependant, si l'âge est un élément déterminant dans la vente d'une entreprise, il est loin d'être le seul.

Si en 1998, 60% des dirigeants vendaient pour prendre leur retraite, ce n'est le cas aujourd'hui que pour 50 % d'entre eux. De plus, avec la crise économique de 2009 et les débats sur l'âge de la retraite, l'explosion attendue s'étire dans le temps et pourrait ne jamais avoir lieu.

1.1.2 – Contexte régional

1.1.2.1 Création

Après avoir enregistré entre 2008 et 2009 une croissance du nombre de créations d'entreprises de près de 98 %, s'expliquant notamment par le régime de l'auto-entrepreneur mis en place au 1er janvier 2009 (61 % des créations sont à imputer aux auto-entrepreneurs) la région Poitou-Charentes connaît depuis 2010 une baisse de ses créations d'entreprises (auto-entrepreneurs compris) :-13,8 %.



En 2011, le nombre de créations d'entreprises enregistrées en région Poitou-Charentes est de 12041 contre 13964 en 2010.

A noter qu'en 2011, la proportion des auto-entrepreneurs reste importante : 50 % avec une tendance à la baisse par rapport à 2010 : 59 %.

Après avoir subi une baisse considérable en 2009 (-23 %), le nombre de créations d'entreprises « classiques », c'est-à-dire hors auto-entreprises, est en hausse depuis 2010 : +2,4 % de 2009 à 2010, +5,3 % de 2010 à 2011.

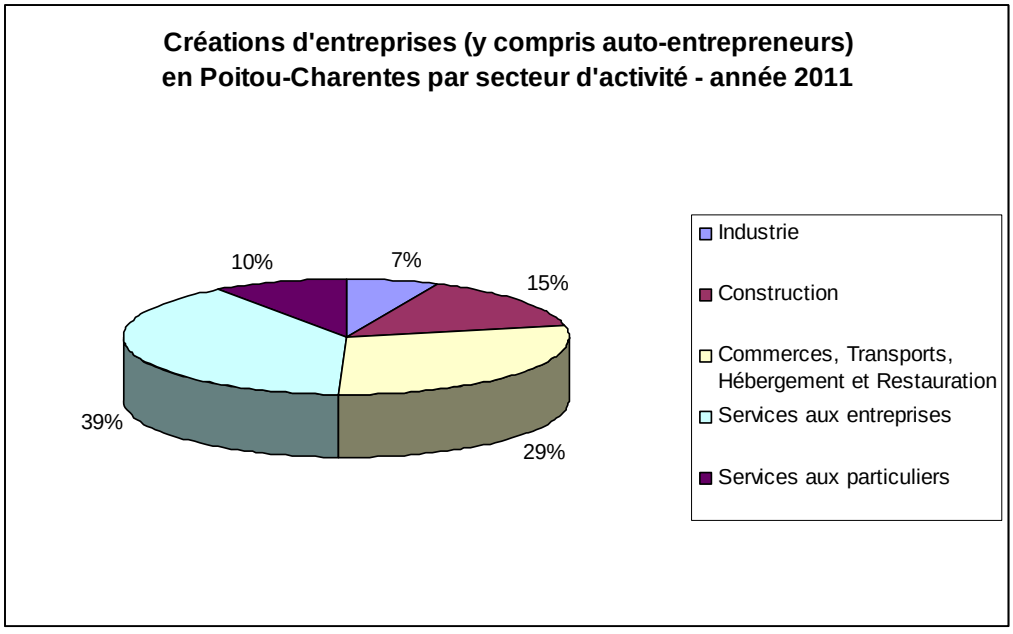
La Charente-Maritime reste le département de la région le plus dynamique avec une évolution en 2011 (hors auto-entrepreneurs) de +17, 2 %.

Evolution de la création d'entreprises 2010-2011

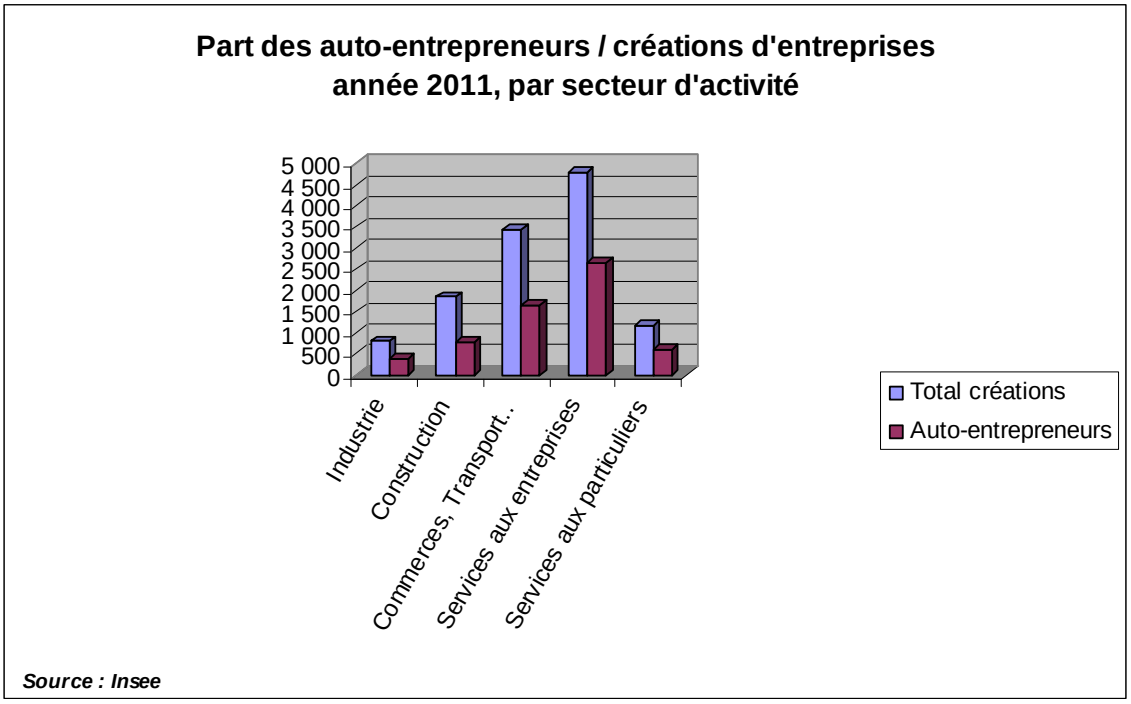
	Nombre de créations en 2010	Proportion d'auto-entrepre-neurs en 2010	Evolution du nombre de créateurs 2010/2009 en %	Evolution du nombre de créateurs 2010/2009 hors AE en %	Nombre de créations en 2011	Proportion d'auto-entrepre-neurs en 2011	Evolution du nombre de créateurs 2011/2010 en %	Evolution du nombre de créateurs 2011/2010 hors AE en %
Poitou-Charentes	**13 964**	**59%**	**-2,1**	**2,4**	**12 041**	**50%**	**-13,8**	**5,3**
Charente	2 600	65%	-5,2	-8,2	2 262	58%	-13	5,3
Charente-Maritime	6 072	57%	-1,2	5,5	5 303	42%	-12,7	17,2
Deux-Sèvres	2 273	59%	2,8	4,2	1 872	55%	-17,6	-10,7
Vienne	3 019	60%	-4,6	3,3	2 604	57%	-13,7	-8,3
France métropolitaine	601 573	58%						

Source Insee

➢ **La création par secteur d'activité en 2011 :**



La création dans le secteur des services (tant aux personnes qu'aux entreprises) représente quasiment la moitié des entités nouvelles, le commerce plus d'un quart et les activités secondaires (industries, construction) près de 22 %.



➢ La création par statut juridique – année 2011

La forme juridique majeure des créations reste l'entreprise individuelle avec 67 % du total (artisan, commerçant, profession libérale, agent commercial), la SARL représente plus de 22 % des cas.

Les commerçants et artisans représentent également près de 44 % de l'ensemble des créations en 2011.

Enfin, les nouvelles entreprises du Poitou-Charentes résistent mieux, le taux de pérennité à 5 ans se situe à 54,3 % pour 51,9 % au niveau national (source INSEE).

➢ Taux de survie des entreprises créées en 2002 et 2006, en %

	Poitou-Charentes	France
Génération 2002		
Survie à 1 an	**86,3**	87,6
Survie à 2 ans	**75,9**	76,8
Survie à 3 ans	**66,6**	65,5
Survie à 4 ans	**60,7**	57,5
Survie à 5 ans	**54,3**	51,9
Génération 2006		
Survie à 1 an	**92,4**	91,5
Survie à 2 ans	**80,1**	78,9
Survie à 3 ans	**69,6**	65,9

Champ : entreprises créées au cours des 1ers semestres 2002 et 2006 et exerçant des activités marchandes non agricoles.
Source : INSEE, enquête Sine 2002, interrogations 2002, 2005 et 2007, enquête Sine 2006, interrogations 2006 et 2009.

➢ Profil type du créateur en Poitou-Charentes

(source : observatoire des porteurs de projets CCI-EEF, résultats 2007-2011)

- Homme (55%)
- De 30 à 39 ans (35%)
- Niveau CAP, BEP (28%)
- Chômeur/minima sociaux (51%)
  - Indemnisé
  - - de 3 mois
  - Anciennement employé (58%)
- Premier projet (92%)
  - Commerce et réparation (26%)
  - Métier déjà exercé (52%)
  - 1 à 2 ans de réflexion (26%)
  - Entreprise nouvelle (83%) (reprise 16%)
  - Statut décidé dans 56% (société>auto-ent.>ent. Indiv.> eirl)
  - B to C (64%)
  - Délai 3 à 6 mois (36%)

- Motivation : exercer ma propre activité, gagner un peu plus qu'en étant employé mais surtout en me réalisant et/ou vivant ma passion ou utilisant pleinement mes compétences en toute indépendance.

1.1.2.2 Transmission-reprise

Face à l'arrivée massive d'entreprises sur le marché de la transmission, les chambres consulaires du Poitou-Charentes continuent à se mobiliser au travers du réseau Transcommerce-Transartisanat pour en faciliter la reprise et maintenir la vitalité économique des territoires et les entreprises de proximité.

En 2010, 291 entreprises ont été reprises –via Transcommerce-Transartisanat- en Poitou-Charentes pour 2384 au niveau national, 40 % d'entre elles ont été vendues dans un délai de 6 à 12 mois.

Sur une période de 5 ans (2006-2010), le taux de reprise s'élève à près de 30 % (36,6 % sur le national) et diffère selon les secteurs d'activités : le taux de reprise le plus élevé étant celui des librairies, presse-tabac à 36 %.

1.1.3 – Contexte politique et institutionnel

L'Etat :

L'Etat n'a aujourd'hui presque plus de dispositifs directs d'appui financier à la création / reprise d'entreprise hormis :

NACRE : Dans le cadre de la réforme des aides d'État à la création/reprise d'entreprise, Eden et les chèques conseils ont été remplacés au 1er janvier 2009 par le parcours Nacre (nouvel accompagnement pour la création et la reprise d'entreprise).Il comprend :
-un accompagnement individualisé avant et/ou après la création/reprise de l'entreprise
-un prêt à taux zéro

Le Conseil Régional :

Le Conseil Régional, coordinateur du développement économique gère les BRDE (Bourses Régionales Désir d'Entreprendre). Au-delà du fait qu'elles constituent une garantie pour obtenir des aides complémentaires, elles permettent aux porteurs de projets d'être accompagnés en amont et en aval par les Ateliers de la Création et de pérenniser leur entreprise.

Sur ces dispositifs, les CCI sont généralement associées ou impliquées, elles assurent souvent une part importante du suivi post-création.

- l'aide directe « CORDEE » est parfois adossée à un projet de création ou de reprise d'entreprise, il en va de même du dispositif CORDEE TPE.

Le Conseil Régional lance aussi des appels d'offres concernant les formations « longue durée » à la création reprise (8 semaines). Certaines CCIT proposent cette formation (Angoulême et Deux-Sèvres).

Au niveau régional, il n'y a pas d'action commune avec **Pôle Emploi**. Le cadre régional se limite à des appels d'offres portant sur les OPCE (Objectif pour la création reprise d'entreprises) et EPCRE (Evaluation préalable à la création reprise d'entreprises) et sur lesquels les CCI sont peu présentes. Les actions du réseau avec Pôle Emploi relève plutôt des initiatives locales et des liens établis.

Les Conseils Généraux

Certains Conseils Généraux interviennent principalement sur des actions collectives d'information, de mobilisation et de sensibilisations telles que salons, forums ou autres. Les CCI en sont généralement partenaires.

Par ailleurs, les départements sont parties prenantes des plateformes d'initiatives locales au même titre que les CCI.

Les autres acteurs

Parmi les nombreux organismes ou structures qui interviennent sur le champ de la création / transmission reprise d'entreprises, certains sont très proches, voire partenaires des chambres de commerce et d'industrie.

- Les experts-comptables, avocats, notaires et banquiers sont partenaires de longue date du réseau CCI « Entreprendre en France ». Ils apportent de nombreuses contributions aux porteurs de projet au travers de permanences régulières organisées dans les CCI ou encore par le biais de la gestion des bourses d'échanges Transcommerce / Transartisanat.
- D'autres opérateurs (Boutiques de Gestion, Cédants et Repreneurs d'Affaires, ADIE, Maisons de l'Emploi, cabinets spécialisés en transmission-reprise) font parfois l'objet d'accords locaux ponctuels ou au contraire figurent parmi la « concurrence » des CCI.

1.2 – Offre de services « Création – Transmission - Reprise» des CCI de Poitou-Charentes

Les CCI de Poitou-Charentes veulent appliquer régionalement et territorialement l'offre « entreprendre en France » et communiquer sur cette offre qui constitue un axe majeur de leur positionnement régional.

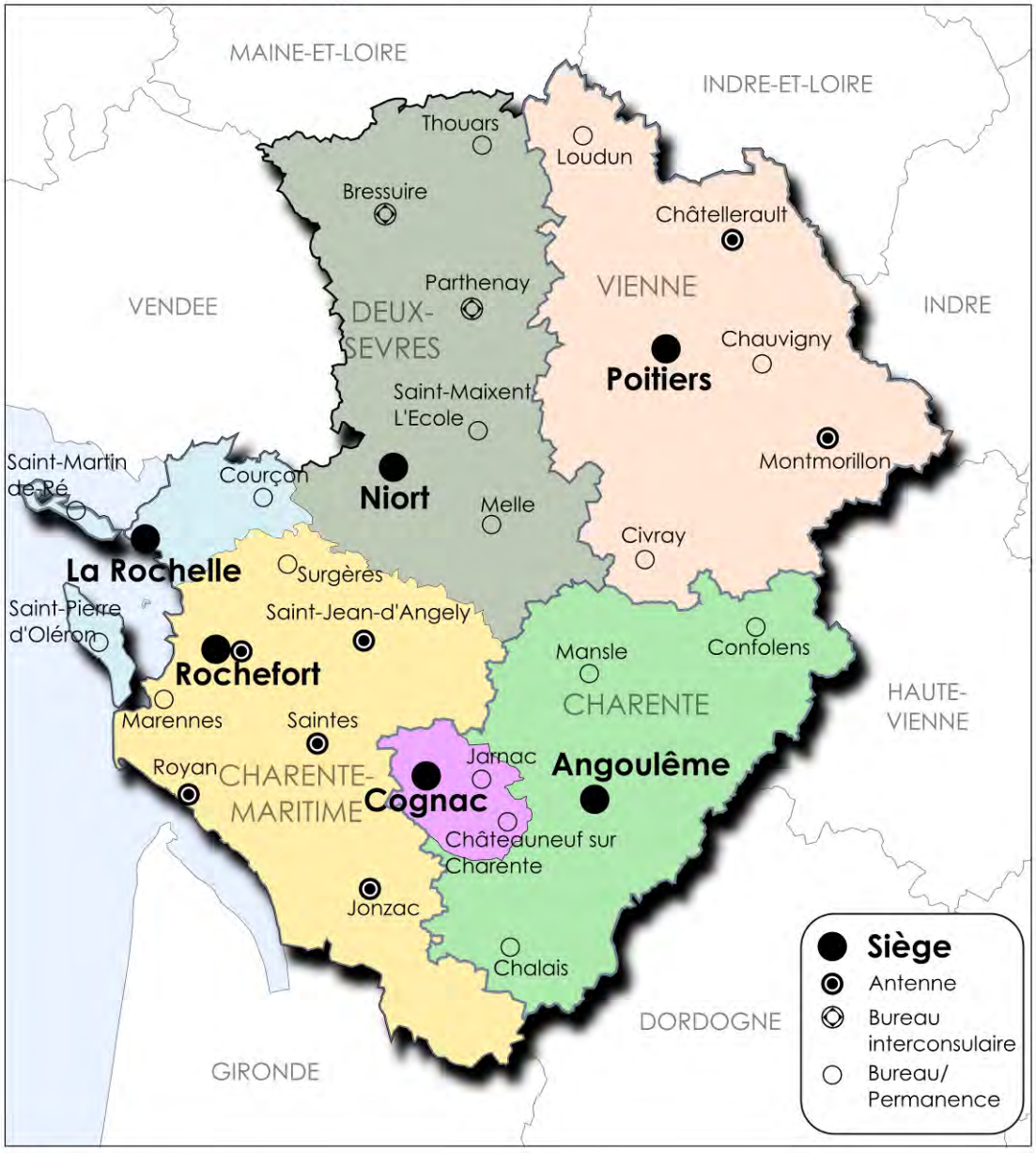
Les CCI mobilisent leurs conseillers sur l'ensemble de la chaine du processus d'accompagnement à la création-transmission-reprise en proposant une large palette de services : sensibilisation, information, 1er accueil, ½ journée d'information, stage « 5 jours pour entreprendre », ateliers de la création, formations, entretiens individuels, dispositifs de financement, immatriculation, formalités, suivi post-création. L'école des managers, orientée sur la transmission est proposée à Angoulême et dans La Vienne.
Il existe également une journée de formation dédiée aux Auto-entrepreneurs « Bien démarrer en Auto-entrepreneur » organisée par la CCI des Deux-Sèvres.

1.2.1 – Offres locales et organisation

L'appui à la création – transmission/reprise est avant tout un service de proximité. Afin d'être au plus près des porteurs de projet, les CCI ont développé des types différents d'organisation.
Certaines CCI, comme par exemple celle de Rochefort & Saintonge, ont constitué un maillage territorial avec un réseau d'antennes ou d'agences. D'autres s'appuient sur des permanences.

➔ **Une proximité CCI-commerçants différemment organisée d'une CCI à l'autre.**

L'inscription territoriale des Chambres de Commerce et d'Industrie et de leurs antennes



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE REGION POITOU-CHARENTES

Réalisation : Service Informations Economiques - Août 2012

1.2.2 - Accompagnement des porteurs de projets :

→ **CCI ENTREPRENDRE EN FRANCE**

Un accompagnement collectif et individuel normé

L'activité liée à l'appui et à l'accompagnement de la création et de la transmission / reprise d'entreprises (commerce-tourisme, pme-pmi, tpe) du réseau des CCI de Poitou-Charentes est relativement homogène et normée.
Ceci résulte de l'adhésion de longue date de l'ensemble des chambres locales au réseau national CCI Entreprendre en France.
Celui-ci a engagé bon nombre de démarches très structurantes qui contribuent à la lisibilité des actions menées et à une démarche d'amélioration continue.

Une démarche d'assurance qualité

Poitou-Charentes s'est mobilisé dès le lancement de la labellisation en 2003. Cette démarche qualité est assurée par un audit externe et attribuée tous les 2 ans. Elle concerne l'ensemble des CCI de la région Poitou-Charentes.

L'Observatoire des porteurs de projets :

Outil de pilotage et menée par CCI-EEF en collaboration avec OpinionWay, l'opération vise à une connaissance précise et formalisée du profil et des caractéristiques des porteurs de projet qui contactent le réseau des CCI
De 2007 à 2011, 2249 porteurs de projets en Poitou-Charentes ont participé à l'enquête de l'Observatoire des porteurs de projets, plus de 30 000 au niveau national.

Outils de communication

L'ensemble des outils de communication personnalisables avec une charte graphique unique sont mis à disposition par CCI – EEF sur l'ensemble du réseau des Cci de France.

→ TRANSCOMMERCE-TRANSARTISANAT

Créé en 1985 à l'initiative de la CRCI Auvergne, « Transcommerce-Transartisanat » est géré en partenariat avec les Chambres de Métiers et de l'Artisanat et les professionnels de la transmission (notaires, agents immobiliers et experts comptables). Ce dispositif fonctionne aujourd'hui sur 10 régions. Le site internet www.transcommerce.com diffuse plus de 10 000 offres, dont 1300 en Poitou-Charentes.

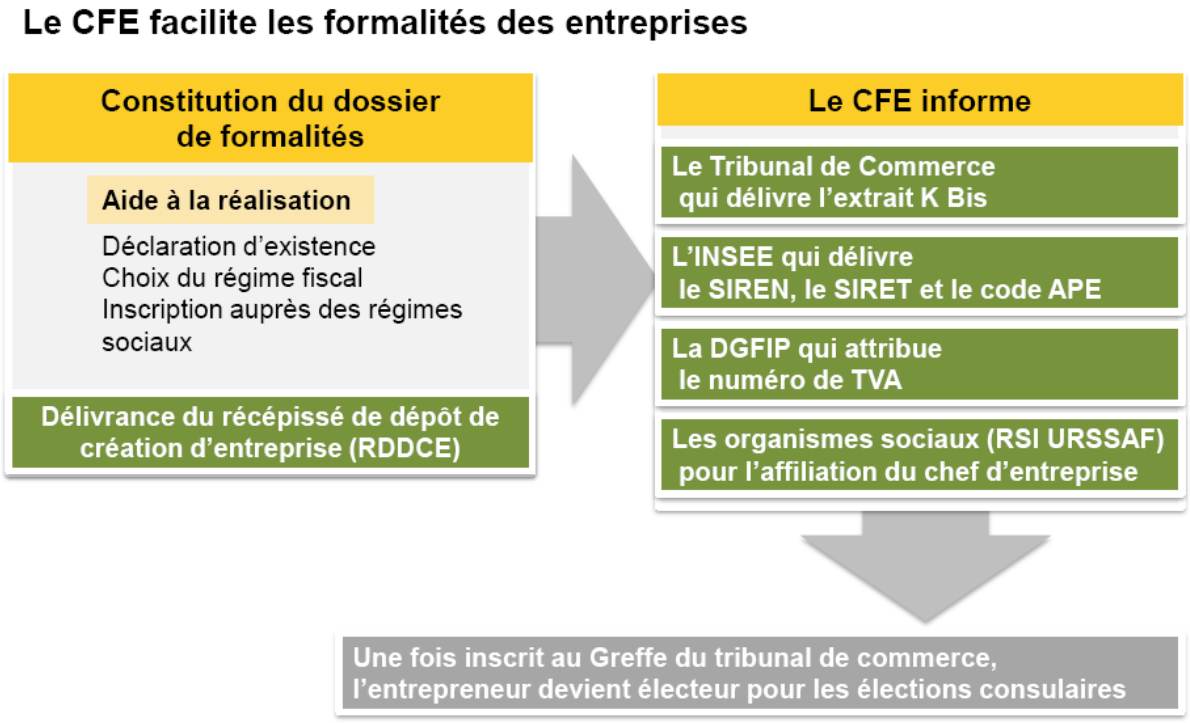
Des outils sont proposés aux cédants-repreneurs à chaque étape de la transmission-reprise :
- Guide de la transmission pour informer et sensibiliser le cédant et un guide pratique de la reprise
- Pré-diagnostic de l'affaire à céder
- Le site www.transcommerce.com pour faciliter la mise en relation cédants-repreneurs
- 12 vidéos « les conseils de Charlotte pour reprendre une entreprise »
- Observatoire permettant de mieux connaître le marché de la transmission (taux de reprise, valeur sur le marché des entreprises cédées, évolution des prix de cession, profils des repreneurs…) qui est consultable sur l'Espace Réseau du site www.transcommerce.com.

→ SALONS / EVENEMENTS

Les CCI organisent ou participent par ailleurs à des événements destinés aux porteurs de projet : Rencontres de la Création-Reprise d'entreprises (CCI des Deux-Sèvres), Salon Entreprendre (CCI de la Vienne), Salon de l'Entreprise (CCI de La Rochelle), Salon des Entrepreneurs à Paris…

1.2.3 - Centre de Formalités des Entreprises (CFE)

Etape ultime du parcours du créateur, l'immatriculation au CFE officialise la naissance de l'entreprise.
Le CFE permet de souscrire en un même lieu et sur un même document les déclarations auxquelles les entreprises sont tenues par les lois et règlement dans le domaine juridique, administratif, social, fiscal et statistiques afférentes à la création, la modification de leur situation ou la cessation de leur activité. Afin d'harmoniser les pratiques et de garantir une même qualité de service dans toutes les CCI, l'activité du CFE est encadrée par une norme d'intervention qui répond aux exigences d'un décret.


Le CFE facilite les formalités des entreprises
Constitution du dossier de formalités
Aide à la réalisation
Déclaration d'existence
Choix du régime fiscal
Inscription auprès des régimes sociaux
Délivrance du récépissé de dépôt de création d'entreprise (RDDCE)
Le CFE informe
Le Tribunal de Commerce qui délivre l'extrait K Bis
L'INSEE qui délivre le SIREN, le SIRET et le code APE
La DGFIP qui attribue le numéro de TVA
Les organismes sociaux (RSI URSSAF) pour l'affiliation du chef d'entreprise
Une fois inscrit au Greffe du tribunal de commerce, l'entrepreneur devient électeur pour les élections consulaires

Graphique CCIRS

Depuis mars 2010, les CFE assurent la mission de guichet unique voulue par la Directive européenne Service du 12 décembre 2006.
Le CFE dans sa mission de guichet unique a deux fonctions : informer sur l'ensemble de la réglementation relative à la création d'activité ; assurer la centralisation, le contrôle formel et la transmission des demandes d'autorisations pour les activités dites réglementées, nécessitant une démarche particulière.
92 activités ont été recensées.

1.2.4 L'Offre CCI en chiffres

La création d'entreprise en Poitou-Charentes

Le processus d'appui aux créateurs s'articule autour :

- de la sensibilisation au 1er accueil…
  8 848 porteurs de projets, dont 1365 auto-entrepreneurs, ont été reçus en 2011 par les services Création des CCI. Chaque porteur de projet, lors d'un entretien-découverte, bénéficie d'un diagnostic permettant de définir l'état d'avancement du projet et d'identifier les besoins.

- … aux formations
  Parmi eux, 3265 porteurs d'intention ont suivi une demi-journée d'information collective. 330 créateurs-repreneurs se sont familiarisés au « métier » de chef d'entreprise en suivant le stage « 5 jours pour Entreprendre ».

- … à l'accompagnement individuel
  2815 porteurs de projet ont construit et validé leur projet lors d'entretiens individuels avec les conseillers création des CCI.

- … à la concrétisation du projet
  Parmi les porteurs de projet accompagnés jusqu'au Centre de Formalité des Entreprises, 4484 ont créé ou repris une entreprise en 2011.

- … à l'accompagnement financier
  947 créateurs ont été orientés vers des dispositifs financiers (banques, prêts d'honneur…).

- … jusqu'au suivi
  3068 jeunes entreprises ont bénéficié d'un suivi post création assuré par les conseillers des CCI, dont 1317 en suivi collectif.

La transmission / reprise d'entreprise en Poitou-Charentes

La transmission-reprise d'entreprise est une mission importante pour les CCI, elle concerne à la fois les dirigeants cédants et les repreneurs d'entreprise.

- En 2011**, 5416 cédants et 617 repreneurs ont été contactés à des fins de sensibilisation.**

- Les conseillers ont accompagné, lors d'entretiens individuels, **383 dirigeants à la cession de leur entreprise**. **428 repreneurs** ont été accompagnés par les conseillers dans leur recherche d'entreprise.

- Le travail de sensibilisation et d'accompagnement des conseillers aura permis de réaliser **90 cessions d'entreprise.**

Voir page ci-après tableau indicateurs d'activité 2011 – source : base de données Sphinx-EEF

		CCI Ang	CCI Cognac	CCI RS	CCI LR	CCI 79	CCI 86	Région PC
La Création d'entreprise								
L'accueil	Nb de porteurs de projets reçus en 1er accueil physique	1699	520	3678	1162	898	891	8848
	- dont auto-entrepreneurs	*248*	*156*	*572*		*211*	*178*	*1365*
	Nb d'appels téléphoniques sur la thématique création/reprise	2015			2620	341	1586	6562
L'information et la formation	Nb d'entretiens découverte	1102		1935	352	818	891	5098
	Nb de participants à la demi-journée d'information collective	333	143	1303	622	399	465	3265
	Nb de demandes d'information reçues par mail/courrier traitées	1401		13	645	147	160	2366
	Nb de sessions de formation "5 jours pour entreprendre"	4	4	13	6	3	11	41
	Nb de participants à la formation "5 jours pour entreprendre"	49	27	87	52	22	93	330
Le montage du projet	Nb de projets de création d'entreprise étudiés en rdv individuels	382	192	1121	323	411	386	2815
	Nb de projets de création d'entreprise accompagnés en collectif	0	0	87	0	15	236	338
Le financement du projet	*La prescription*							
	Nb de créateurs/repreneurs aidés dans la rédaction des dossiers de demandes de financement public	137	38	106	47	38	602	968
	Nb de prêts d'honneur attribués	106	0	25	0	0	12	143
La concrétisation du projet (CFE)	Nb de créations d'entreprise enregistrées dans les CFE	602	187	1112	882	619	853	4255
	Nb de sociétés enregistrées	304	111	487	514	343	482	2241
	Nb d'entreprises individuelles enregistrées (y compris auto-ent.)	298	76	625	368	276	371	2014
Le suivi post-création	Nb de jeunes entreprises suivies	687	45	1297	700	91	248	3068
	- en suivi individuel	*628*	*45*	*1076*	*471*	*38*	*178*	*2436*
	- en suivi collectif	*59*	*0*	*656*	*479*	*53*	*70*	*1317*
	- en suivi en ligne	*0*	*0*	*33*	*0*	*0*	*0*	*33*
La transmission/reprise d'entreprise								
L'information et la sensibilisation	Nb de cédants contactés à des fins de sensibilisation	1721	16	221		453	3005	5416
	Nb de repreneurs contactés à des fins de sensibilisation	0	10	0	0	182	425	617
Le montage du projet	Nb de repreneurs accompagnés	26	16	179	42	73	92	428
	- dont "personnes physiques"	*24*	*15*	*179*	*40*	*55*	*89*	*402*
	- dont "personnes morales"	*2*	*1*	*0*	*2*	*18*	*3*	*26*
	Nb de cédants accompagnés	39	29	69	21	152	73	383

1.2.5 – Effectifs et budgets

Effectifs alloués à la Création – Transmission – Reprise

	ETP affectés à la création – transmission / reprise*
CCIT d'Angoulême	6.4
CCIT de Cognac	2.9
CCIT de Rochefort & de Saintonge	9.5
CCI de La Rochelle	6
CCI des Deux-Sèvres	6
CCI de la Vienne	7.3
CCIR	0.6
Total	**38.7** *Soit une estimation de 1,85M€** en ressources fiscales (avec la masse salariale)*

(*) comprend l'activité CFE
(**) 1 ETP ➔ 48000€
Sources CCIT

1.3 – Diagnostic

1.3.1 - Les points forts du réseau

- Un maillage du territoire qui permet aux CCI d'être le 1er réseau d'accueil et d'accompagnement en termes de volume de porteurs de projet (en région près de 9000 personnes).
- Un dispositif lisible grâce à une démarche qualité qui harmonise et structure les interventions autour d'un référentiel commun.
- Une vraie compétence reconnue en matière de conseil au montage de projet.
- Des outils partagés et mutualisés via CCI Entreprendre en France qui optimisent et rationnalisent l'action menée (Formation « 5 jours pour entreprendre », Kit communication).
- Une capacité d'innovation et d'expérimentation du réseau appuyée par l'ACFCI.
- Une reconnaissance de la part de l'Etat du savoir faire du réseau (labellisation NACRE, Auto Entrepreneur)

1.3.2 Les points d'amélioration

- Une organisation et des pratiques à adapter à un public composé essentiellement de demandeurs d'emploi qui créent les conditions de leur propre activité en ayant peu de moyens pour se développer.
- Une meilleure prise en compte de porteurs de projet basé sur la technologie Internet et les comportements qui en découlent (changement rapide des projets).
- Une offre transmission / reprise peu lisible, mal structurée et difficile à activer dans un environnement de confidentialité.

- Des outils perfectibles (GRC, logiciels, CFE, …) ne permettant ni une consolidation fiable et rapide, ni un suivi standardisé des porteurs de projet.
- Un suivi de la jeune entreprise à renforcer
- La démarche qualité normée va permettre l'amélioration de l'accueil et l'organisation en général.
-

1.3.3 Les menaces à prendre en compte

- Un environnement composé de bon nombre d'acteurs et d'opérateurs qui « perturbent » la visibilité de l'action du réseau.
- Des pratiques concurrentielles générant des situations locales parfois complexes (CFE / Greffe, Espaces Entreprendre / Boutiques de Gestion, Maisons de l'emploi…)
- Des transferts de compétence de l'Etat vers le réseau des CCI et des évolutions réglementaires engendrant des surcharges administratives (ACCRE, Auto-entrepreneur, cartes de commerçants ambulants).

1.3.4 Les opportunités à saisir

- La mise en œuvre d'une réelle stratégie de services adaptés et à valeur ajoutée auprès des porteurs de projet en complément de la logique « formalités ».
- Emergence de nouveaux clients, nouveaux métiers, nouveaux secteurs (TIC, économie « verte »…)
- Une normalisation des missions de service public associée aux contraintes de qualité, de continuité et de gratuité qui nécessite un reformatage de l'offre de services des chambres liée à des compétences adaptées.

2 – Enjeux et stratégie

La recherche de réponses aux questions que soulève le diagnostic, l'analyse des défis et des enjeux de demain tels qu'ils apparaissent aujourd'hui, engagent le réseau sur plusieurs axes de travail. Ils concernent, d'une part, l'adaptation de nos actions aux nouvelles donnes économiques et, d'autre part, l'organisation du réseau pour optimiser ces actions.

2.1 – Les enjeux

2.1.1 S'adapter aux nouvelles typologies des porteurs

La typologie des porteurs de projet évolue très rapidement et en profondeur. La génération « zappeurs » arrive sur le marché et percute les références traditionnelles : créations opportunistes via internet, passage à l'acte de création plus rapide liée à l'instabilité de l'environnement, projets « au feeling », … L'enjeu est donc de savoir s'adapter à ces nouvelles demandes.
Ce bouleversement se matérialise notamment (ou se systématise) aujourd'hui par la situation d'auto-entrepreneur.

2.1.2 La meilleure prise en compte des attentes / favoriser la pérennité de l'entreprise nouvellement créée.

Au-delà de ces constats et face à ces évolutions, le réseau des CCI doit s'adapter pour mieux prendre en compte la demande tout en restant en prise directe avec des fondamentaux incontournables si l'on veut que la création d'entreprise puisse générer de l'activité pérenne. Une exploitation plus systématique des données de l'Observatoire des Porteurs de Projet peut apporter sur ce plan un éclairage intéressant.

Mise en œuvre de la nouvelle offre Création :

Elaborée en 2011 par un groupe de travail qui a réuni quatre fois 53 CCIT/CCIR, appuyé par les conseils de chercheurs et de consultants RH et marketing et une enquête auprès de 519 porteurs de projets et 287 chefs d'entreprise. Ce projet a été piloté par deux élus de CCI-Entreprendre en France (Jean-Pierre de Faria-CCI d'Alès et Patrick Lebigre-CCI de Rouen).

Globalement cette offre se traduit par :
80% d'évolution des prestations actuelles
20% de prestations nouvelles

Ses objectifs sont :

➔un meilleur positionnement des CCI sur le marché et une meilleure visibilité
➔un service rendu aux clients plus efficace avec une meilleure optimisation des moyens des CCI.
➔des porteurs de projets bien préparés donnant ainsi un potentiel de pérennité maximum pour l'entreprise.

Elle est conçue pour s'adapter à chaque CCI : une offre minimum commune au réseau complétée par des prestations optionnelles.

L'enjeu va être, lors du déploiement de la nouvelle offre, d'évaluer la pertinence des modifications de l'existant ainsi que des nouvelles prestations, notamment à travers le retour d'expériences des porteurs de projet et des conseillers.

2.1.3 Faciliter les démarches de reprise d'entreprises

De la même manière, et compte tenu des enjeux démographiques particulièrement prégnants en Poitou-Charentes (vieillissement plus fort et plus rapide), la reprise d'entreprise mérite d'être mieux encadrée (profil, projet et qualification du repreneur, moyens et perspectives, …) pour être mieux accompagnée dans un souci d'efficacité à moyen et à long terme. Par ailleurs, la multiplicité des acteurs en ce domaine rend parfois la démarche compliquée pour le futur repreneur. La création d'un accès unique régional, renvoyant vers les points de contacts locaux des CCI serait une bonne démarche de simplification.

2.1.4 Favoriser l'implantation de centres de décisions

La création de sièges sociaux (de groupes), d'établissements de productions sont autant d'entreprises susceptibles de créer autour d'elles de nouvelles entreprises (prestataires, fournisseurs, entreprises de services…). Il est important à travers une forte communication de l'offre des CCI de Poitou-Charentes de faire venir ces entreprises sur le territoire.

2.2 – La stratégie

Ont été retenus comme prioritaires les axes stratégiques suivants :

Axe 1 : Organisation du réseau

- Structurer l'information amont et aval (statistiques CFE, EEF, GRC…) afin d'avoir une meilleure connaissance du contexte économique et du profil des porteurs de projets et ainsi d'optimiser les actions.
- Mutualiser des outils et des bonnes pratiques
- Mutualiser des expertises spécifiques

Axe 2 : Offre création – reprise

- Lancer/tester la nouvelle offre CCI-EEF
- Accroitre les facteurs clés de réussite en se focalisant particulièrement sur l'adéquation « homme/projet »
- Développer le « sur-mesure » en fonction du profil entrepreneurial
- Conserver le label Qualité
- Renforcer le partenariat
- Renforcer le suivi de la jeune entreprise

Axe 3 : Offre Transmission

- Améliorer le ciblage et les pratiques de transmission
- Renforcer le partenariat afin de mieux diffuser les offres
- Promouvoir une bourse régionale d'opportunités
- Harmoniser l'offre

Axe 4 : Promouvoir l'esprit d'entreprendre et affirmer nos compétences

- Communiquer autour d'un événement qui mette en avant les créateurs mais aussi le travail et les compétences des conseillers des CCI
- Intervention auprès des publics en cours de professionnalisation
- Participer à des salons d'envergure nationale.

3 – Plan d'actions

Voir les fiches actions en annexes

4 – Mise en œuvre du volet « Création Transmission Reprise »

4.1 - Les principes

La CCI de Région Poitou-Charentes

➔ Elabore la stratégie régionale « Création-transmission-reprise » du réseau des CCI (Schéma sectoriel, actions, budget) avec les élus CCIR (qui sont également élus CCIT) et les permanents des CCIT.
➔ Est l'interlocuteur des institutionnels régionaux de la Création /Transmission / Reprise et de l'ACFCI
➔ Rassemble les observations locales pour en déduire des analyses régionales
➔ Assure la coordination, la mutualisation et la cohérence des actions, des projets et des outils.
➔ Harmonise les tarifs des prestations

Les CCIT (Angoulême, Cognac, Deux Sèvres, Vienne, Rochefort et Saintonge, La Rochelle)

➔ Mettent en œuvre la stratégie régionale
➔ Accompagnent les entreprises
- dans la création et la transmission/reprise

➔ Coordonnent les actions locales
➔ Animent les réseaux professionnels
➔ Observent l'activité de création/reprise locale
➔ Développent les partenariats locaux

4.2 – Moyens annuels du plan d'actions « création – transmission / reprise »

Axes	**ETP**	**Ressources fiscales*** (dont masse salariale)	**Coûts externes** (achats, prestations externes)
1 - **Organisation du réseau**	1,7	81.600 €	
2 - **Offre création – reprise (dont CFE)**	32.2	1 545 600 €	Adhésion CCI-EEF : 20.000€
3 - **Offre Transmission**	3,5	168.000€	
4 - **Promouvoir l'esprit d'entreprendre et affirmer nos compétences**	0,6	28 800 €	Coût de l'événement natio-régio-loc 20.000€
Total	**38,7**	**1 864 000****	**40.000€**

(*) 1 ETP ➔ 48 000€

4.3 - Les indicateurs

Axes	Indicateurs
1 - **Organisation du réseau**	- Tableaux de bord, - Outils mutualisés, - Compétences partagées.
2 - **Offre création - reprise**	**Nombre de participants à l'information collective (norme 4.9)** - Accueil / orientation des porteurs de projet (physique et téléphonique) - Journées, réunions d'information et ateliers pratiques (études de marché, comptes prévisionnels) - Accompagnement conseil individualisé (découverte/ approfondissement/ synthèse) - Suivi jeunes créateurs/repreneurs post installation < 3 ans (individualisé, ateliers collectifs, soirées, nouveaux entrepreneurs, dispositifs de parrainage, ...) - Soutien aux associations attribuant des prêts d'honneur et autres dispositifs de soutien (PFIL, CIL, Entreprendre ...) - Opérations de stimulation (Entrepreneuriales, Je Crée Ma Boite, CitésLab, Ouvre Boite,...) - Dispositifs rattachés : Entreprendre en France, NACRE, EPCE... **Taux de satisfaction des porteurs** (indicateur de performance)
3 - **Offre Transmission**	**Nombre de porteurs de projets et de cédants accompagnés (norme 4.9)** - Sensibilisation des cédants (soirées Transmission, ateliers pratiques) - Aide à la rédaction et promotion des offres - Entretiens cédants et pré-diagnostics transmission
4 - **Promouvoir l'esprit d'entreprendre et affirmer nos compétences**	**Manifestations et partenariats relatifs à la création, reprise et transmission (norme 4.9)** - Participation aux salons, forums relatifs à la création, reprise et transmission

4.4 – La gouvernance

Un **Groupe Technique Régional** (techniciens CCIT/CCIR)**, sous la responsabilité d'un élu référent,** pilotera techniquement la mise en œuvre du volet « Création-Transmission-Reprise » et en particulier le plan d'actions. Il s'assurera du bon suivi des indicateurs et fera remonter tout élément (changement, difficulté…) devant faire l'objet d'un arbitrage en Bureau de CCIR.

Chaque action du plan d'actions fera l'objet d'une **organisation régionale** et des référents seront nommés dans chaque CCIT ; le but étant d'assurer une bonne coordination dans le déploiement.

Participants aux travaux d'élaboration du volet « Création – Transmission/Reprise » du schéma sectoriel « Appui aux entreprises »

Elu référent : M. Daniel BRAUD, Président de la CCI d'Angoulême.

CHARTIER-LOMAN Florence	CCIT de Rochefort & de Saintonge
DURAND Marie-Pierre	CCIT de La Rochelle
GAUTIER Olivier	CCIR Poitou-Charentes
GENEIX Stéphane	CCIT d'Angoulême
LASSIER Sandra	CCIT de Cognac
LAVENAC Pascale	CCIR Poitou-Charentes
MENU Jean-Marc	CCIT de la Vienne
MICHALOWSKI Larissa	CCIT de La Rochelle
MORELLO Marie-Pierre	CCIT des Deux-Sèvres
MORIN Christine	CCIT de Rochefort & de Saintonge
PRIOUX Philippe	CCIT de la Vienne
RIOLLET Jean-Philippe	CCIT de Rochefort & de Saintonge
TARDY Catherine	CCIT de Rochefort & de Saintonge
THOMAS Michel	CCIR Poitou-Charentes

ANNEXES : Fiches actions calendrier

FICHE ACTION n° 1

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission/reprise

Axe 1 – Organisation du réseau

Action : Gestion de l'information

Objectifs de l'action	Disposer d'information (amont et aval) relative à la création-transmission/reprise afin d'optimiser les actions
Description de l'action	Statistiques CFE, EEF, observatoire des porteurs de projets, indicateurs des activités du réseau.
Moyens humains	1,4 ETP
Moyens techniques	- Sphynx - GRC - Internet Observatoire ACFCI/OpinionWay
Coûts externes	Cotisation CCI-EEF
Calendrier	Permanent
Indicateurs	- Disponibilité de l'information Modes d'exploitation
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 2

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission/reprise

Axe 1 - Organisation du réseau

Action : Mutualisation (outils et compétences)

Objectifs de l'action	- Optimiser le fonctionnement et harmoniser le réseau - Renforcer l'expertise
Description de l'action	- Mutualiser les modes opératoires, la GRC, les livrables - Faire un inventaire des compétences dans les CCIT (focus particulier sur les compétences « rares ». Identifier éventuellement des compétences supplémentaires à acquérir.
Moyens humains	0,3 ETP
Moyens techniques	CCIR / GTR Création
Coûts externes	
Calendrier	Permanent
Indicateurs	- Outils partagés - Synergie des moyens et compétences
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 3

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission / reprise

Axe 2 – Offre création - reprise

Action : Expérimenter la nouvelle offre nationale « Création » (dont le suivi de la jeune entreprise de moins de 6 mois)

Objectifs de l'action	Une nouvelle offre a été réalisée à l'aide d'études sur les publics reçus et par un groupe de travail national composé de CCIT/CCIR et l'ACFCI. L'objectif est d'intégrer cette nouvelle offre dans les services des CCIT et de l'évaluer en soulevant les éventuels problèmes d'application et de mesurer le temps passé.
Description de l'action	La nouvelle offre est très centrée sur l'adéquation « homme/projet » et sur l'accompagnement individuel orienté en fonction du profil entrepreneurial du porteur de projet. Elle comprend de nouveaux ateliers et une nouvelle version des 5 jours pour Entreprendre.
Moyens humains	14 ETP
Moyens techniques	Mode d'emploi des nouvelles actions Outils de reporting Outils de communication
Coûts externes	
Calendrier	Dès le dernier trimestre 2012, puis 2013
Indicateurs	- Indicateurs CCI-EEF - Taux de satisfaction de la clientèle
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 4

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – Transmission/Reprise

Axe 2 – Offre création - reprise

Action : Démarche qualité (Label CCI-EEF)

Objectifs de l'action	Obtenir une offre de service optimale et de qualité identique sur l'ensemble de la région
Description de l'action	- Obtention et / ou maintien de la labellisation qualité « CCI-EEF » pour l'ensemble des CCIT Réalisation d'audits croisés
Moyens humains	0,33 ETP
Moyens techniques	Référentiel CCI-EEF Audit
Coûts externes	
Calendrier	Tous les 2 ans
Indicateurs	- Obtention et maintien du Label Contenu de l'audit (remarques)
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 5

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : Création – Transmission / reprise

Axe 2 – Offre création - reprise

Action : Agenda de l'entreprise

Objectifs de l'action	Dispositif d'alerte mis à disposition de la jeune entreprise. Il permet de respecter les échéances liées aux différentes cotisations, assurances, etc. et de les expliquer grâce à des fiches. Cette plate-forme permet aussi de diffuser des informations et propose un agenda des événements.
Description de l'action	Plateforme accessible par internet à partir du site web de la CCIT
Moyens humains	
Moyens techniques	Plateforme « Agenda de l'entreprise »
Coûts externes	562€ HT / an / CCI soit 3372€
Calendrier	Dès 2012
Indicateurs	- Nombre d'entreprises inscrites à l'agenda Taux de satisfaction des entreprises
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 6

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – Transmission / reprise

Axe 2 – Offre Création - reprise

Action : Renforcer le partenariat

Objectifs de l'action	Dans un contexte de concurrence accrue, la concertation avec les autres réseaux (dont les concurrents) doit permettre de coexister.
Description de l'action	Actions communes, groupe de travail, mutualisation avec les communautés de communes, d'agglomérations, chambre des Métiers…
Moyens humains	1,20 ETP
Moyens techniques	
Coûts externes	
Calendrier	Permanent
Indicateurs	- Nombre d'actions communes - Nombre de conventions Outils mutualisés
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 7

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission / reprise

Axe 3 – Offre transmission

Action : Sensibiliser les cédants ***(projet à définir)***

Objectifs de l'action	- Améliorer le ciblage et les pratiques de transmission Harmoniser l'offre PME/PMI
Description de l'action	- Evaluation des pratiques - Cartographie des cédants Identification des partenaires utiles
Moyens humains	*Seront précisés lors des groupes de travail de mise en œuvre*
Moyens techniques	
Moyens financiers	
Calendrier	2012/2013
Indicateurs	- Compte rendu d'études Recommandations
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 8

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission / reprise

Axe 3 – Offre transmission

Action : Renforcer le partenariat *(projet à définir) / Transcommerce-Transartisanat*

Objectifs de l'action	Mieux diffuser les offres de transmission
Description de l'action	Renforcer le partenariat avec les Agences immobilières, les experts comptables, les notaires
Moyens humains	*Seront précisés lors des groupes de travail de mise en œuvre*
Moyens techniques	
Moyens financiers	
Calendrier	2012/2013
Indicateurs	- Conventions - Actions communes Nombre de contacts repreneurs / cédants
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 9

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission / reprise

Axe 3 – Offre transmission

Action : Promouvoir les bourses d'opportunités *(projet à définir).*
Transcommerce/Transartisanat

Objectifs de l'action	Augmenter le nombre d'entreprises cédées
Description de l'action	- Dynamiser et promouvoir les outils existants comme le site « Transcommerce/Transartisanat ». - Adhérer à un projet national de base de données de PME/PMI à reprendre
Moyens humains	*Seront précisés lors des groupes de travail de mise en œuvre*
Moyens techniques	
Moyens financiers	
Calendrier	2012/2013
Indicateurs	- Evolution du nombre d'annonces déposées Création de la base de données pme/pmi
Responsable projet	

FICHE ACTION n°10

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission / reprise

Axe 4 – Affirmer les compétences du réseau

Action : Renforcer les actions de communication autour de l'offre Création-Transmission-Reprise

Objectifs de l'action	- Mettre en avant les créateurs - Encourager la création - Affirmer les compétences des conseillers CCI Placer le réseau des CCI
Description de l'action	Pour 2012 : Opération nationale, déclinée en régionale et locale : « 500.000 et moi. » Organisée par CCI Entreprendre en France. www.500000etmoi.fr Les créateurs, les jeunes entrepreneurs et repreneurs de moins de 3 ans d'activité déposent une vidéo de leur projet sur le site internet. Un commentaire des conseillers CCI y sera apposé. Chaque porteur de projet essaient ensuite de faire un maximum de « buzz » sur internet pour obtenir le plus grand nombre de « j'aime » et ainsi emporter le prix régional et concourir pour le grand concours national. Opération du 1er octobre au 30 novembre, puis remise des prix en décembre à Paris.
Moyens humains	0,34 ETP
Moyens techniques	
Moyens financiers	
Calendrier	Automne 2012
Indicateurs	- Nombre de participants Retombées médiatiques
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 11

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Création – transmission / reprise

Axe 4 – Affirmer les compétences du réseau

Action : Promouvoir l'esprit d'entreprendre chez les jeunes

Objectifs de l'action	Développer l'esprit d'entreprendre chez les jeunes en cours de professionnalisation (sur sollicitations)
Description de l'action	Intervention sur site (BEP, CAP, Bac+2) et invitation aux événements sur la création.
Moyens humains	0,15 ETP
Moyens techniques	
Moyens financiers	
Calendrier	Permanent
Indicateurs	- Nombre d'intervention Satisfaction des participants
Responsable projet	

Volet

3IE
Innovation, Intelligence & Information Economique

Président de commission :

Jean-Pierre Meunier

S O M M A I R E

Méthodologie adoptée

1 – Etat des lieux
- 1.1 – Contexte
  - 1.1.1 – Contexte national
  - 1.1.2 – Contexte régional

- I.2 – Offre de services actuelle « 3IE » des CCI de Poitou-Charentes
  - 1.2.1 – Offre locale et organisation
  - 1.2.2 – Accompagnement des entreprises et des collectivités locales
  - 1.2.3 – Effectifs et budget

- 1.3 – Diagnostic
  - 1.3.1 – Forces
  - 1.3.2 – Faiblesses
  - 1.3.3 – Menaces
  - 1.3.4 – Opportunités

2 – Enjeux et stratégie
- 2.1 – Les enjeux

3 – Plan d'actions

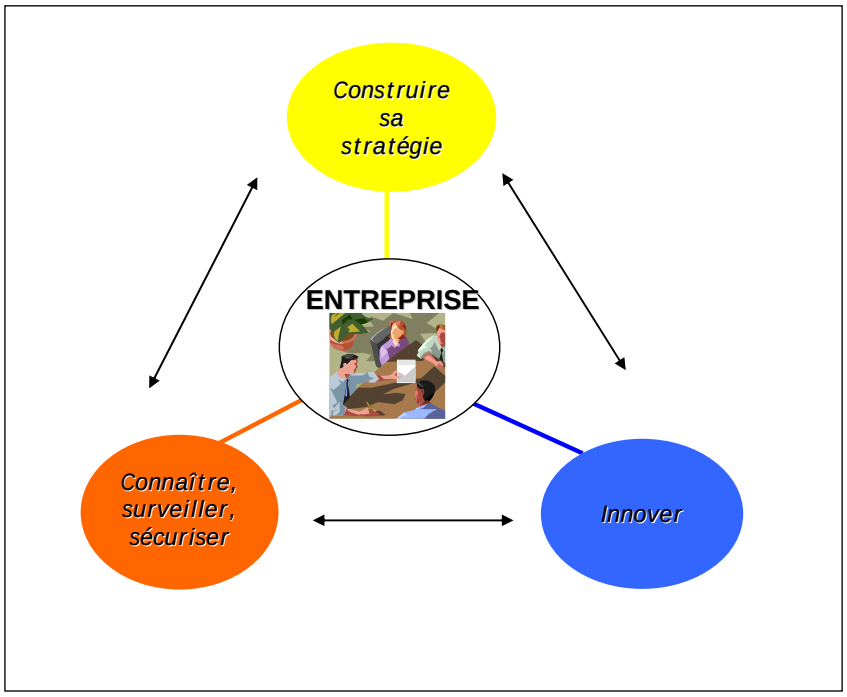
4– Mise en œuvre du volet « 3IE »
- 4.1 - les principes
- 4.2 - les moyens
- 4.3 - les indicateurs
- 4.3 - la gouvernance

Annexes
- *Tableau de synthèse Etat des lieux des prestations 3IE*
- *Tableau catalogue régional des 19 prestations 3IE*
- *19 Fiches actions 3IE*

Méthodologie adoptée

La **commission régionale « 3IE »** (élus CCIR et techniciens CCIT/CCIR) a procédé à la révision du schéma sectoriel 3IE voté en juin 2009 de la façon suivante :

- mise en place d'un **Groupe Technique Régional** (techniciens CCIT/CCIR)
- état des lieux de l'offre actuelle de chacune des 3 activités (Innovation, Information Economique, Intelligence Economique) : *nature des prestations, type, nombre, ressources dédiées, budget par prestation, valeur ajoutée pour l'entreprise, valeur ajoutée pour le réseau CCI, cible produit/client, aide financière possible, temps à passer par l'entreprise…*
- *organisation des prestations-actions en 3 familles de besoins des entreprises :*



- *Elaboration d'un catalogue régional de prestations 3IE qui aura vocation à être proposé à l'ensemble des ressortissants régionaux par l'ensemble des CCI(T/R)*

Il est à préciser que la volonté des élus de cette commission a été dès le départ de :

- définir une **offre lisible**, **claire et adaptée** aux besoins des entreprises
- parvenir à un **catalogue commun régional de prestations 3IE** qui puisse être proposé de manière uniforme par toutes les CCIT à toutes les cibles clients-ressortissants de Poitou-Charentes
- formater ce catalogue dans l'objectif de « **susciter et éveiller l'intérêt** » à l'innovation pour tous les ressortissants

1 – Etat des lieux

1.1 – Contexte

1.1.1 – Contexte national

Dans un contexte de mondialisation, face à la montée en puissance des pays émergents, le salut de toute entreprise française, quelle que soit sa taille et son activité, est largement conditionné par son aptitude à se situer dans son **environnement concurrentiel**, à comprendre l'évolution des besoins de ses clients, à identifier les attentes particulières de certains segments de marché, à intégrer l'état de l'art des connaissances et à **déceler** derrière tout cela autant de **pistes d'innovations** ciblées et potentiellement pertinentes.

L'innovation est désormais considérée comme le moteur de la **croissance**, levier par excellence pour la création d'emplois à haute valeur ajoutée et le bouclier anticrise et anti-récession.

Parmi tous les acteurs du soutien à l'innovation, les CCI ont une place singulière et privilégiée qui mérite d'être renforcée.
Elles accompagnent, en effet, les porteurs de projets et les chefs d'entreprise sur l'ensemble des étapes de la démarche d'innovation, d'information et d'intelligence économiques :

- de l'idée au projet : *recherches d'informations, études, veille, surveillance des concurrents, aide à la formulation du besoin…*
- du projet au produit : *méthodes de créativité, accompagnement en propriété industrielle, gestion de projet, mise en relation avec des experts…*
- du produit au marché : *accompagnement commercial, export, recherche de partenaires/prospects, lobbying, mise en réseau, outils de gestion de l'information …*

Les CCI disposent également des pré-requis pour soutenir tant l'innovation technologique que l'innovation d'usage, un champ qui permet de s'adresser au plus grand nombre d'entreprises. Elles sont enfin les seules à être présentes sur l'ensemble du territoire et à disposer d'un **réseau** permettant un **maillage de proximité** à même de détecter les besoins des entreprises ou groupes d'entreprises (clusters, associations…) et d'accompagner les entrepreneurs dans leurs projets d'innovation.

Son positionnement original et sa capacité à détecter les projets font du réseau des CCI un acteur pivot en interface avec tous les partenaires de l'écosystème (OSEO, INPI, INSEE, Pôles de compétitivité, collectivités, centres techniques/CRITT, universités/écoles/laboratoires de recherche, centres de gestion, cabinets privés …).

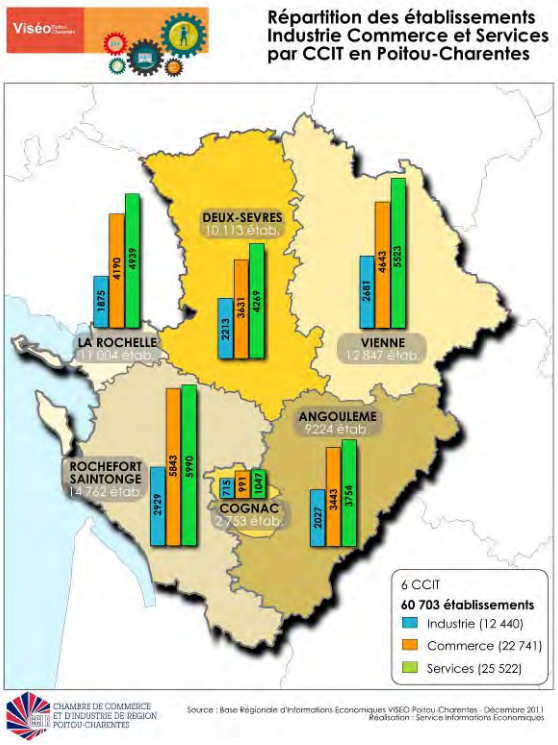
Notons que le secteur du commerce est en pleine mutation et le client de plus en plus exigeant et de plus en plus volatile. D'où l'impérieuse nécessité pour le réseau de faire preuve d'imagination et d'audace pour aussi inciter les commerçants à innover : c'est ainsi qu'apparaissent de nouveaux canaux de distribution, de nouveaux concepts de magasins, de nouveaux moyens de paiement…

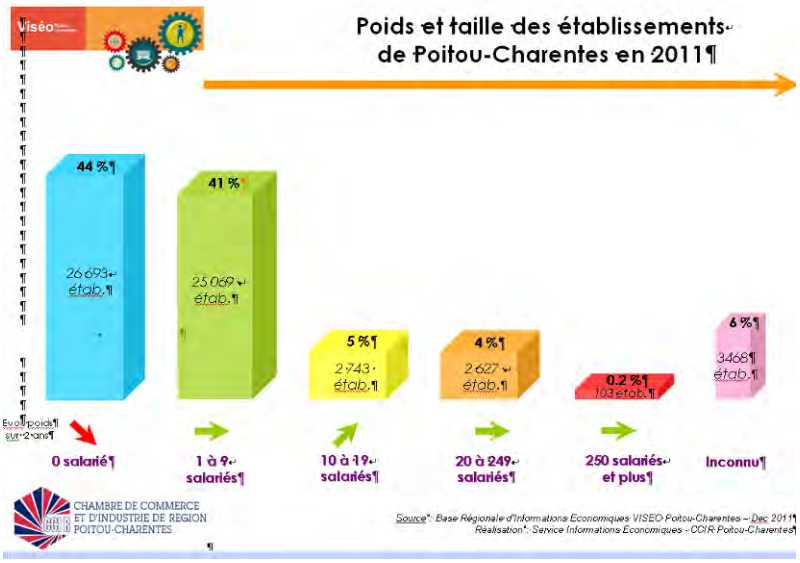
A noter que l'ACFCI anime des Groupes de Travail Nationaux (GTN):

- le GTN Innovation, auquel s'est adjoint récemment le GTN IE : il effectue un travail de clarification et d'uniformisation de la gamme de prestations du réseau consulaire en matière d'innovation. La CCIR Poitou-Charentes participe à ce groupe.

- le GTN Etudes : un GTN Etudes, mis en sommeil début 2012 sera sollicité sur demande des différentes commissions de l'ACFCI, pour des études/statistiques/observatoires…

1.1.2 – Contexte régional





Par ailleurs, la région Poitou-Charentes se place 141ème au classement des régions innovantes européennes sur 203 régions.
Elle se situe au **17ème rang** national pour le **dépôt de brevets** *(122 brevets publiés en 2010).*
La région occupe au plan national la **14ème place** en matière de **recherche publique** et la **20ème place** en matière de **recherche privée**.

Autres structures d'accompagnement des entreprises en innovation, information & intelligence économique présentes en Poitou-Charentes :

En matière d'information et intelligence économique, peu d'acteurs interviennent directement auprès des entreprises pour des prestations personnalisées : on recense,

- L'Institut Atlantique d'Aménagement des Territoires (IAAT) : diffuse de l'information économique auprès des collectivités locales
- L'INSEE participe activement à la production d'études et d'informations économiques utiles au réseau
- La Banque de France : édite des notes de conjoncture annuelles et trimestrielles
- Le réseau des Chambres de Métiers et de l'Artisanat : n'a pas de service dédié à l'information et à l'intelligence économique aussi structuré que ceux des CCI
- La Préfecture de Région anime le **Comité Technique Intelligence Economique Régional**, chargé de coordonner les actions en matière d'intelligence économique. Parallèlement, l'Etat, au travers de la DIRECCTE, finance des actions collectives sur les thématiques de l'innovation et de l'intelligence économique en s'appuyant sur des acteurs publics ou privés. Notons que le CEDOCAR (Centre de Documentation de l'Armement) est présent à Angoulême depuis une quinzaine d'années et propose des services de recherche documentaire et de veille multisectorielle et internationale, plutôt en direction des industriels de la défense
- Le Conseil Régional a donné mission en 2008 à EURADIT Poitou-Charentes de répondre gratuitement aux questions des entreprises de certaines filières *(éco-industries & éco-activités, industries agroalimentaires, industries du transport, nautisme)* en matière de 3IE (excepté la propriété industrielle) concernant leurs projets (fin de contrat prévu 31/12/2012). Le Conseil Régional a inscrit dans son Schéma Régional de Développement Economique (SRDE) diverses actions contribuant à développer l'anticipation au sein du territoire. Il souhaite *« anticiper tout accident de parcours pour réagir et stabiliser l'emploi et l'économie locale. »*
- Quelques cabinets privés en Intelligence Economique interviennent sur la région (notamment dans le cas d'actions collectives financées par l'Etat).
- Il est à noter, par ailleurs, que l'Université de Poitiers (IAE-ICOMTEC) délivre un Master II en Intelligence Economique & Communication et que, sous le pilotage de la CCIT des Deux Sèvres, le réseau des CCI de Poitou-Charentes propose des formations modulaires en intelligence économique pouvant déboucher sur un Diplôme Universitaire.

En matière d'innovation, les principaux acteurs intervenant auprès des entreprises sont :

- **OSEO** : qui détecte, accompagne et finance les projets innovants
- **INPI** : une antenne régionale est présente dans les locaux de la CCIR depuis 2010
- Le **RDT** (Réseau de Développement Technologique) qui regroupe les collaborateurs des structures en contact avec les entreprises. Il est à noter que 3/4 des visites en entreprises du RDT sont effectuées par les collaborateurs des CCI
- Les **collectivités territoriales**, via leurs services de développement économique voire les pépinières, peuvent également assurer une détection et un suivi des projets de développement des entreprises, en relation avec les autres réseaux
- Les **CRITT** (Centre Régional d'Innovation et de Transfert de Technologie) : Poitou-Charentes disposent de 8 structures de ce type. Ils couvrent des domaines aussi variés que l'agro-alimentaire, les matériaux, le nautisme, l'informatique, la chimie, les sports et loisirs, l'horticulture ou encore la valorisation industrielle des agro-ressources
- Citons également **CALYXIS**, ancien Centre Européen de Prévention des Risques à Niort
- Les **Universités** de Poitiers et La Rochelle disposent de nombreux laboratoires qui ont donné lieu à la création d'entreprises innovantes par des chercheurs
- Des structures professionnelles comme le **CETIM** pour la mécanique, **FUTUROBOIS** pour la filière bois
- Des **grappes/clusters d'entreprises** : Pôle Aliment Santé, Atlanpack, SPN, 16000 Images, Biopôle, Cluster Eco-Habitat, Pôle des Eco-Industries assurent l'animation de leurs filières, du conseil et de la mise en place d'actions collectives
- **ETINCEL** : incubateur régional accompagnant les créateurs d'entreprises innovantes
- Le Conseil Régional, participe activement en temps que financeur de certaines de ces structures, mais aussi en tant que financeur direct auprès des entreprises (chèque innovation, CORDEE…)

Le réseau des CCI travaille en parfaite collaboration avec l'ensemble de ces acteurs.

1.2 – Offre de services actuelle « 3IE » des CCI de Poitou-Charentes

Un travail de recensement de l'offre actuelle des prestations 3IE a été réalisé et fait apparaître un total de 36 prestations ; les recettes associées en 2011 se sont élevées à **235** k€, tout en sachant qu'une part non négligeable de prestations sont réalisées en partenariat et donc non facturées.

Voir en annexe tableau Etat des lieux prestations 3IE+ fiches action

1.2.1 – Offre locale et organisation

L'état des lieux de l'activité 3IE montre qu'en termes de ressources, une trentaine de collaborateurs collabore de façon dédiée ou non aux services INFORMATION, INTELLIGENCE ECONOMIQUE et INNOVATION en Poitou-Charentes, dont une quinzaine de conseillers à l'industrie, intervenant, entre autres, sur ces domaines.

Notons également que le réseau consulaire de Poitou-Charentes est constitué de **ressources** à la fois **généralistes** au niveau des **services d'appui aux entreprises** et de **ressources** plus **spécialisées**. Certaines sont notamment localisées à la CCIR.

- le service **ARIST**, qui accompagne les entreprises dans leurs projets d'innovation, l'organisation de leur veille stratégique et technologique et la maîtrise de la propriété industrielle. En 2009, l'ARIST a transféré la méthodologie **PRECELLENCE** à l'ensemble du réseau des conseillers (industrie, commerce et tourisme), afin de proposer un outil commun de l'approche globale de l'entreprise *(après expérimentation pendant 4 ans auprès de 200 entreprises picto-charentaises de toute taille et de tout secteur).*

- le réseau consulaire s'est doté en octobre 2006 d'un **service Intelligence Economique** situé à la CCIR. Il met en place des *solutions d'intelligence économique basées sur le WEB (par exemple produit « Radar Info »), de la sensibilisation en IE et des Diagnostics sécurité économique*

- de même, la mise en œuvre opérationnelle, début 2008, d'un fichier régional des entreprises, la **Base régionale d'information économique** nommée **VISEO Poitou-Charentes,** permet désormais au réseau de disposer via un accès web, d'un ensemble de données économiques et financières concernant les entreprises, actualisées en permanence afin de mieux les cibler pour mieux les servir : ses applications sont une *offre de produits adaptée, des études à valeur ajoutée pour le développement économique des territoires, des plaquettes de présentation économique, zooms filière…*

On trouve par ailleurs dans les CCIT, des ressources aux compétences spécifiques (exemple : réalisation de notes de conjoncture/CCI Deux-Sèvres, Observatoires du Commerce CCIT La Rochelle et CCIT Rochefort ou CCIT Deux-Sèvres…) ; notons l'existence d'un Pôle Etudes-Fichier mutualisé au sein des CCIT La Rochelle-Rochefort-Cognac, doté d'une mutualisation d'outils (Observatoire Commerce et Services, GRC partagée La Rochelle-Rochefort).

Le réseau dispose ainsi de **réelles compétences complémentaires**, associées à un **maillage fin** du territoire qui permet une connaissance détaillée des entreprises et des besoins et attentes de celles-ci : les compétences vont de la mise à jour quotidienne des fichiers, véritable base de connaissances sur les ressortissants, à la réalisation d'études, jusqu'à la sensibilisation/formation à l'IE ou encore l'accompagnement à l'innovation.

Par ailleurs, l'état des lieux confirme que le réseau des CCI dispose d'une **offre conséquente** en matière de 3IE, et ce, sur **3 niveaux d'intervention** :

- *Niveau 1 :* ***STIMULER*** → *sensibiliser / interpeller / informer les entreprises*
- *Niveau 2 :* ***FAIRE EMERGER*** → *détecter / évaluer les projets de l'entreprise ; orienter l'entreprise vers les compétences nécessaires*
- *Niveau 3 :* ***ACCOMPAGNER*** → *conseiller, proposer des solutions (méthodes & outils)*

1.2.2 – Accompagnement des entreprises et collectivités locales

4 cibles clients sont aujourd'hui servies par le réseau des CCI :

- ***l'entreprise*** *(individuellement), OU le créateur d'entreprise*
- ***les entreprises en réseau*** *(clubs, clusters, associations, grappes…)*
- ***les collectivités territoriales*** *(communautés de communes, mairies…)*
- ***autres*** *(institutionnels locaux ou régionaux, cabinets d'études hors région, universités, syndicats professionnels…)*

Notons que les collectivités territoriales sollicitent régulièrement les services Information Economique du réseau des CCI pour des études de territoire *(diagnostic de territoire, demande de statistiques, enquêtes, notes de conjoncture…)* ; en revanche leurs demandes sont plus rares en matière d'IE ou d'innovation. Pourtant, si, selon les cibles, les métiers sont différents, l'innovation et/ou l'intelligence économique dans les collectivités locales semblent correspondre à une demande proche de celle des entreprises et mérite, au même titre, d'y être développé par le réseau des CCI.

La commission relève par ailleurs que les clubs et réseaux d'entreprise les plus pertinents pourraient être approchés par les services Information Economique pour leur proposer certaines des prestations d'information.

1.2.3 – Effectifs

L'état des lieux réalisé par la commission régionale fournit les éléments suivants en matière d'ETP dédiés à ce jour au domaine 3IE :

	ETP Information Economique*	ETP Intelligence Economique	ETP Innovation	Total 3IE
CCIT Angoulême	1,3	0	0,25	***1,55***
CCIT Cognac	10,3	0,3	0,10	***12,03***
CCIT La Rochelle			1	
CCIT Rochefort			0,33	
CCIT Deux Sèvres	5,1	0,1	1	***6,2***
CCIT Vienne	3,5	0	0,2	***3,7***
CCIR	1,9	1	4,5	***7,4***
Total	**22,1**	**1,4**	**7,38**	
Total 3IE	**30,88**			

** englobe les services Information Economique et les services Fichier*

Il est à préciser que les services INFORMATION ECONOMIQUE sont particulièrement sollicités par les services internes des CCI (travaux d'aide à la décision, études, données statistiques…). La part de cette activité est estimée à 50% environ.

1.3 – Diagnostic

La commission régionale a élaboré un succinct diagnostic du domaine 3IE en matière de Forces/Faiblesses et Opportunités/Menaces du réseau et des prestations proposées:

Forces	Faiblesses-Difficultés
• Une bonne connaissance du tissu économique, des entreprises et des collectivités territoriales, une forte présence sur le terrain et particulièrement dans les PME • Une bonne reconnaissance d'un certain nombre d'acteurs du développement économique qui s'appuient sur le réseau des CCI (financeurs des entreprises ETAT-DIRECCTE, OSEO, RDT, institutions locales ou régionales, partenaires, etc.), et des partenariats formels • Une organisation réactive, • Des compétences et expertises très variées et complémentaires : méthodes, outils, sources • Un conseil « neutre » reconnu, image des CCI (gage de confiance) • Un réseau local et régional	• Grande disparité dans la gestion, l'organisation et le contenu des prestations (entre chaque CCIT) • Pas d'offre claire et lisible pour les clients au niveau régional. • Difficultés à mutualiser ou à relayer des actions qui pourraient prendre une dimension plus régionale • Difficulté à apprécier et mesurer le temps consacré aux missions 3IE pour les conseillers généralistes • La transversalité entre les 3 thématiques 3IE n'est pas assurée de façon optimale dans les CCI
Leviers/Les Opportunités	**Menaces**
• Mieux faire connaître nos prestations, • Organiser et optimiser les ressources au niveau régional, • Mutualiser, harmoniser les bonnes pratiques et les outils • Prendre le leadership en tant de centre de ressources en matière d'information économique	• Raréfaction des financements publics pour les PME et le montage des actions, • La concurrence d'autres acteurs opérant sur des missions opérées par les CCI

2 – Enjeux et stratégie

Les travaux de la commission ont permis de dégager **3 enjeux** pour le réseau des CCI qui permettront de **relever les défis** du développement économique en Poitou-Charentes.

ENJEU 1 : Favoriser l'anticipation

L'entreprise doit anticiper constamment, être vigilante et innover afin de s'adapter aux évolutions rapides de l'environnement économique

ENJEU 2 : Faciliter la mise en réseau

Faciliter la mise en réseau des entreprises, afin de favoriser la création de valeur, les échanges et les partenariats

ENJEU 3 : Promouvoir l'offre 3IE des CCI

Promouvoir l'ensemble de ces actions par une communication appropriée, afin de toucher le plus grand nombre possible d'entreprises

ENJEU 1 : Favoriser l'anticipation

1- Pourquoi les entreprises doivent-elles anticiper ?

Avantages pour les entreprises

➢ ANTICIPER POUR ETRE PLUS COMPETITIF QUE LES CONCURRENTS

Se différencier, innover, et conserver un avantage concurrentiel par une meilleure connaissance des évolutions concernant leur environnement, leur territoire, leurs marchés et les acteurs présents, ou susceptibles d'y entrer.

➢ ANTICIPER POUR DURER

Pérenniser l'activité en l'adaptant aux évolutions pour **saisir les opportunités** de développement de l'entreprise, **générer plus de valeur ajoutée, agir et répondre** plus rapidement aux besoins et attentes émergentes des clients.

Ceci implique de **protéger le patrimoine de l'entreprise,** c'est-à-dire **se prémunir contre les attaques** qui pourraient être menées contre le patrimoine de l'entreprise, **se protéger** et **contre-attaquer** le cas échéant. En effet, sans protection, l'entreprise s'expose au risque de voir ses créations pillées sans pouvoir se défendre efficacement. Pour le commerce et les TPE, il s'agit de surveiller les nouveaux modes de distribution, l'entrée de nouveaux acteurs et l'arrivée de nouveaux produits/services.

Avantages pour le territoire de Poitou-Charentes

Les TPE / PME ne disposent pas toujours des structures, ni des capacités financières nécessaires à l'amélioration de leur compétitivité et à leur pérennité.

Les aider à adopter une attitude d'anticipation devrait permettre à l'économie de Poitou-Charentes de progresser en termes de hausse des investissements, de création de nouvelles entreprises et de création d'emplois, d'augmentation de marchés par l'ouverture à l'international et d'obtention d'une image dynamique du tissu économique régional.

Dynamiser l'économie régionale nécessite donc la **mise en place d'une politique d'aide à l'anticipation**.

2- Quels savoir-faire les entreprises doivent-elles maîtriser pour anticiper ?

Afin de **mieux comprendre, de mieux cerner leur environnement et de sécuriser leur prise de décision,** les entreprises ont besoin de méthodes et outils pour :

➢ COLLECTER L'INFORMATION PERTINENTE

Avoir accès **régulièrement et facilement** aux informations dont elles ont besoin ou qu'elles jugent pertinentes pour leurs activités.

Pour cela, elles ont besoin d'avoir accès à des services spécialisés et experts de recherche d'information/d'études, dans des délais courts et elles peuvent avoir besoin de mettre en place, seules ou accompagnées, des **outils** et **méthodes** leur permettant de collecter de l'information.

➢ ANALYSER CETTE INFORMATION ET PRENDRE LES DECISIONS APPROPRIEES

Etre capable d'**analyser, en relation avec la stratégie et le « Projet d'Entreprise »,** les informations collectées afin de comprendre leur impact possible sur l'entreprise.

Prendre les décisions adéquates qui vont jouer sur les portefeuilles d'activités (produits, marchés, partenariats…) et de savoir-faire.

➢ METTRE EN ŒUVRE CES DECISIONS ET INNOVER

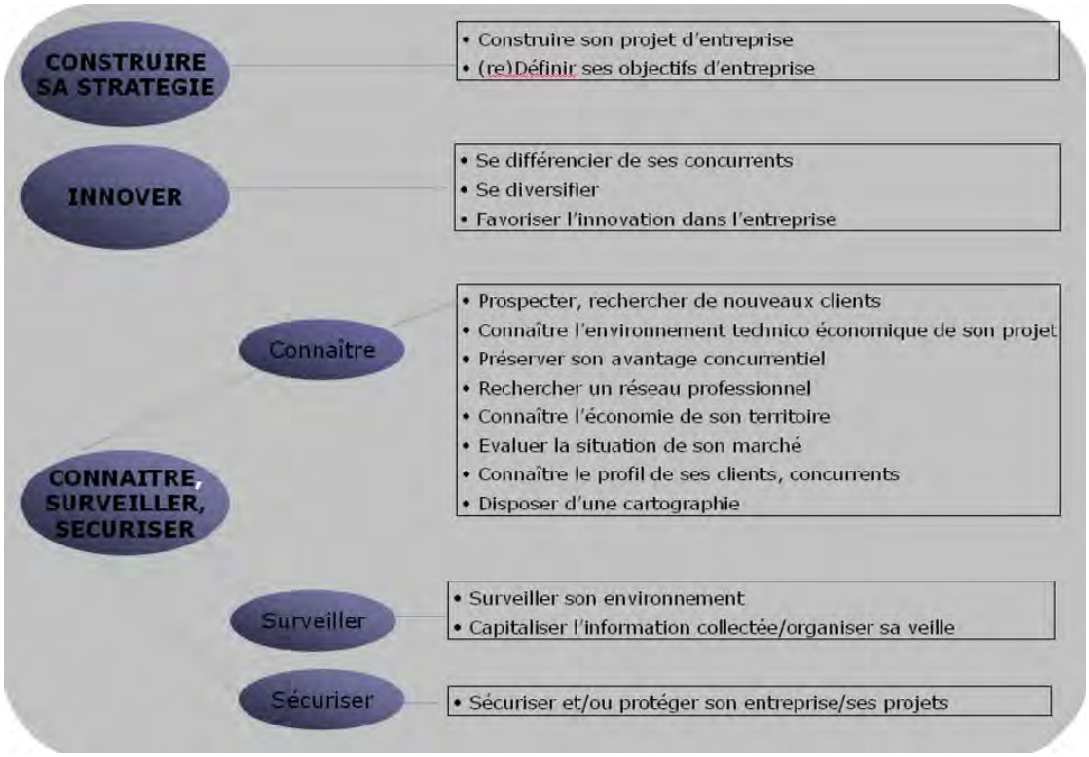
Utiliser les **outils et méthodes** nécessaires pour mettre en œuvre ce qui est décidé, comme par exemple, développer un **projet innovant**, conquérir un **nouveau marché**, mettre en place un programme de protection de son patrimoine immatériel …

Pour les commerces et très petites entreprises, la mise en œuvre de ces savoir-faire passe par la mise en commun de ressources et le travail en réseau déjà constitué, notamment, par les nombreuses associations locales de commerçants et de professionnels.

3/ Les 3 leviers pour anticiper dans l'entreprise

La commission 3IE a identifié **3 leviers** à mettre en œuvre dans les entreprises pour maîtriser les savoir-faire ci-dessus et parvenir à favoriser l'anticipation dans les entreprises :

La commission régionale 3IE estime que ces 3 leviers constituent les **3 axes** de l'enjeu 1 'Favoriser l'anticipation'.


CONSTRUIRE SA STRATEGIE
• Construire son projet d'entreprise
• (re)Définir ses objectifs d'entreprise
INNOVER
• Se différencier de ses concurrents
• Se diversifier
• Favoriser l'innovation dans l'entreprise
Connaître
• Prospecter, rechercher de nouveaux clients
• Connaître l'environnement technico économique de son projet
• Préserver son avantage concurrentiel
• Rechercher un réseau professionnel
• Connaître l'économie de son territoire
• Evaluer la situation de son marché
• Connaître le profil de ses clients, concurrents
• Disposer d'une cartographie
CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER
Surveiller
• Surveiller son environnement
• Capitaliser l'information collectée/organiser sa veille
Sécuriser
• Sécuriser et/ou protéger son entreprise/ses projets

ENJEU 2 : Faciliter la mise en réseau des entreprises

Pourquoi aider les entreprises à se constituer en réseau ?

Avantages pour les entreprises

La structuration en réseau doit permettre aux entreprises de **créer de la valeur** supplémentaire.

➢ REALISER DES ECONOMIES

Acheter en commun des matières premières ou mutualiser des services afin de diminuer les coûts.

➢ ACCEDER A DE NOUVEAUX MARCHES

S'organiser à plusieurs pour **avoir une capacité de production plus importante, couvrir l'ensemble d'une filière de production** (produits ou prestations complémentaires) et **ouvrir plus largement les marchés.**

Ce type d'organisation doit permettre aux entreprises d'accéder à des marchés plus intéressants, et de pouvoir y rivaliser avec des concurrents de taille plus importante.

➢ ANTICIPER ET INNOVER

Echanger pour mieux connaître l'environnement économique, et être plus à même d'en **détecter les évolutions** et de **s'y préparer**.

Innover grâce à l'échange de bonnes pratiques au sein d'un réseau, et à une meilleure connaissance des structures de Recherche & Développement (Universités, etc.).

Mettre en place des **projets communs**.

Avantages pour le territoire de Poitou-Charentes

➢ DEVELOPPER LES FILIERES D'EXCELLENCE

Faire de la région une **référence** dans un secteur d'activité en aidant les entreprises de ce secteur à interagir et / ou travailler avec des partenaires institutionnels comme les universités.

➢ RENDRE LE TERRITOIRE PLUS ATTRACTIF

Rendre la région **plus dynamique** en aidant ses entreprises à créer de la valeur ajoutée via le travail en réseau.

2/ Quelles sont les clés de succès d'un réseau ?

Divers entretiens avec des responsables de réseaux ont mis en avant les facteurs humains comme clés de succès d'un réseau efficace. Ceci se traduit par :

➢ LA PRESENCE D'UN LEADER

Un leader qui **fédère l'ensemble du groupe** est une condition *sine qua non* à l'investissement des autres membres. Il remplit souvent un rôle d'animateur, et incite les adhérents à travailler ensemble.

➢ LA MOTIVATION DES MEMBRES DU RESEAU

Le réseau doit être constitué d'un **noyau dur de chefs d'entreprises** prêts à donner de leur temps pour le faire vivre, et servir de « locomotive » pour les autres membres du réseau.

Il faut que les membres aient des **raisons d'appartenance** fortes au réseau, afin d'avoir une **volonté durable** pour que celui-ci soit pérenne. Les résultats attendus doivent être clairs.

➢ LA MISE EN PLACE DE REGLES DE FONCTIONNEMENT

Le réseau doit être **organisé et formalisé** afin d'être opérationnel.

La constitution d'un groupe informel pour engager la démarche est, cependant, souvent observé. Le réseau doit donc établir clairement, entre autres, ses conditions d'entrée, son mode de gouvernance et les sujets abordables dans le cadre de son activité.

Par ailleurs, la présence d'un animateur professionnel s'avère indispensable.

ENJEU 3 : Promouvoir l'offre 3IE des CCI

Les outils et méthodes, les aides et les actions en faveur de l'innovation, de l'information et de l'intelligence économique restent peu connus par le tissu économique de Poitou-Charentes. Il convient d'en **assurer** une véritable **promotion** par divers canaux.

1-Vers qui promouvoir ?

➢ PROMOTION AUPRES DES COLLABORATEURS DU RESEAU CONSULAIRE

Pour qu'ils soient **les ambassadeurs de la culture et des actions en matière d'innovation, d'information économique et d'intelligence économique** auprès des entreprises et qu'ils sachent évaluer leurs besoins afin de leur proposer des prestations adaptées.

➢ PROMOTION AUPRES DES INSTITUTIONS REGIONALES

Pour qu'elles considèrent les CCI comme **un acteur régional majeur** en matière d'anticipation et de réseaux d'entreprises.

Les institutions régionales pourront alors orienter vers elles les entreprises qui ont besoin de mettre en place une démarche d'anticipation ou de se structurer en réseau.

➢ PROMOTION AUPRES DES ENTREPRISES (INDIVIDUELLES, EN RESEAU OU CREATEURS)

Pour qu'elles **connaissent les différentes prestations** possibles en matière d'anticipation.

Pour qu'elles **se réfèrent naturellement et prioritairement** au réseau consulaire.

➢ PROMOTION AUPRES DES COLLECTIVITES LOCALES

La commission estime qu'il est important de servir les collectivités locales en prestations 3IE quelles qu'elles soient, et de les considérer comme des clients à part entière au même titre que les entreprises.

2- Comment promouvoir les prestations ?

➢ PRIVILEGIER LE CONTACT DIRECT COMME MODE DE PROMOTION

Aller à la rencontre de l'entreprise, soit au travers d'actions collectives, soit individuellement.

➢ DISTINGUER LES DIFFERENTES CIBLES

Orienter différemment la communication selon qu'il s'agisse des collaborateurs des CCI, d'institutions, d'industries, de commerces ou de services, ou de collectivités locales.

➢ CREER UNE VITRINE DES ACTIVITES CONSULAIRES INNOVATION, INFORMATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE

Faire connaître sur le Web, les prestations et l'activité INNOVATION, INFORMATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE du réseau consulaire.

➢ MOBILISER LES COLLABORATEURS DU RESEAU

Former les collaborateurs aux différents outils et méthodes liés à l'innovation, à l'information économique et à l'intelligence économique.

Désigner un ou plusieurs référents au sein de chaque CCI, interlocuteur privilégié de ces thématiques.

➢ CREER LES SUPPORTS DE COMMUNICATION

Créer les supports de communication personnalisés par type de prestations et de publics : institutions, industries, commerces et services, collectivités locales.

➢ RENCONTRER LES ENTREPRISES ET LES INSTITUTIONNELS

- Amener les chefs d'entreprises à entamer une démarche INNOVATION, INFORMATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE ;
- **Répondre** aux questions des entreprises et des institutionnels ;
- **Les informer** sur les prestations INNOVATION, INFORMATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE ;
- **Les orienter** à défaut vers les prestataires de services adéquats.
- **Organiser des rendez-vous individuels** à valeur ajoutée avec les chefs d'entreprises pour recueillir leurs attentes et leur présenter les prestations INNOVATION, INFORMATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE ;

Promouvoir ces prestations à toute occasion.

- **Organiser des ateliers d'entreprises** sur des thématiques INNOVATION, INFORMATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE afin de convaincre les chefs d'entreprises, et de leur faire connaître les prestations du réseau consulaire.

Prendre contact avec les principales institutions chargées du développement économique en région afin de promouvoir les prestations INNOVATION, INFORMATION ET INTELLIGENCE ECONOMIQUE auprès d'elles.

3 – Plan d'actions

ENJEU 1 : Favoriser l'anticipation

La commission régionale 3IE, à partir de l'état des lieux des prestations 3IE, a retenu pour chacun des 3 leviers les prestations jugées comme « prioritaires » :

- *Prestations répondant à des besoins partagés et récurrents des entreprises*
- *Prestations à proposer par toutes les CCI(T/R) de manière uniforme*
- *Prestations pour lesquelles le réseau doit se fixer des objectifs et mettre des moyens correspondants*

Ce travail conduira à l'élaboration d'un catalogue régional de 19 prestations 3IE couvrant les 3 niveaux d'intervention pour chacun des 3 leviers :

Offre du réseau CCI/ Aider l'entreprise à…	Niveau 1 **Stimuler**	Niveau 2 **Faire émerger**	Niveau 3 **Accompagner**
CONSTRUIRE SA STRATEGIE		*Precellence 1*	*Precellence 1* *Prédiagnostic Prop.Ind.*
INNOVER	*Ateliers Innovation*	*Precellence 1 projet* *Rech.d'experts / RDT (1)*	*Precellence 1 projet* *Autodiag Innovation* *Rech.d'experts / RDT* *Prot.son innovation* *PRIM'INNOV*
CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER	*Animer site aides financières Semaphore* *Public.écon.territoire* *Données écon. issues d'Observatoires* *Zoom filières* *Sensibilisation IE*	*Etude d'impact économique* *Etude de territoire* *Etude Approche marché* *Cartographie* *Zoom filières* *Sensibilisation IE*	*Vente d'annuaire web qualifié* *Vente de fichiers* *Etude Approche marché* *Cartographie* *Autodiag RADAR INFO* *Diagnostic sécurité économique*

(1) A étudier : la promotion de la base de brevets non exploités du Pôle des Eco-Industries

ENJEU 2 : Faciliter la mise en réseau des entreprises

Un recensement d'environ 70 clubs d'entreprises et de réseaux professionnels à vocation industrielle, locaux ou régionaux, ainsi que 209 clubs et associations à vocation commerciale dans lesquels les CCI sont d'ores et déjà impliquées ou susceptibles d'apporter de la valeur ajoutée s'est imposé.

De ce travail, il est ressorti un certain nombre d'expériences déjà menées par le réseau des CCI. Les deux grands axes significatifs sont :

PARTICIPER A LA CREATION DE RESEAUX D'ENTREPRISES A DES FINS D'ALLIANCE

Selon les besoins, **accompagner** les entreprises, commerçants, industries, services, collectivités locales dans la structuration de réseaux :

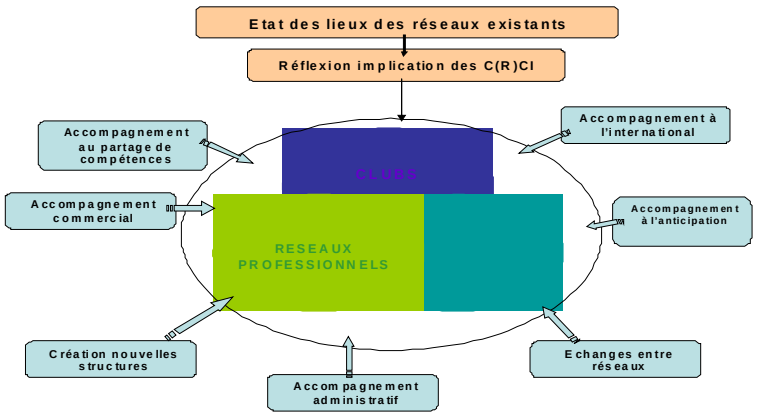
- **Accompagnement à la création du réseau** et de sa dynamique (méthodes, moyens, outils…)
- **Accompagnement administratif**, pour structurer le réseau et l'aider dans ses démarches ;
- **Accompagnement dans la mise en relation et l'échange avec les réseaux homologues** (échange de bonnes pratiques), ou avec les instances régionales et nationales adéquates.

SOLLICITER LES ENTREPRISES AYANT BENEFICIE DE PRESTATIONS 3IE

La commission propose de **solliciter les entreprises** ayant déjà bénéficié de prestations 3IE pour en assurer la **promotion** auprès des autres

Le schéma ci-après rassemble l'essentiel des services à apporter par les CCI aux réseaux existants :

Schéma d'implication des CCI dans les réseaux



ENJEU 3 : Promouvoir l'offre 3IE des CCI

La commission régionale 3IE a convenu de s'appuyer sur les compétences du Centre de Ressources régional communication organisé début 2012 pour la mise en forme de l'offre 3IE ; son objectif sera de proposer une offre « marketée » de façon à susciter l'innovation, l'information et l'intelligence économique dans toutes les cibles clients identifiées.

4- Mise en œuvre du volet 3IE du schéma sectoriel « Appui aux entreprises »

4.1 Les principes

La mission 3IE des CCI de Poitou-Charentes repose sur 3 grands principes

1) La CCIR conçoit, coordonne, anime et évalue.
   Pour certaines prestations spécifiques, la CCIR assure directement des missions opérationnelles dans les entreprises.
2) Les CCIT assurent les missions opérationnelles.
3) Principe de mutualisation : la commission 3IE ayant élaboré un catalogue commun régional de prestations 3IE, destiné à servir toute entreprise, où qu'elle se trouve physiquement, et ce, de manière identique, il convient de mettre en commun outils & méthodes afin que chaque collaborateur 3IE soit en mesure de proposer la prestation à ses ressortissants.
   Pour ce qui est de l'organisation, la mise en œuvre pourrait s'appuyer sur le mode suivant :

   → Un Centre de Ressources Régional au service du réseau avec une répartition du travail selon les charges (ex : un Centre de Ressources Information/Etudes à l'image de l'organisation régionale qui existe pour la communication). Au delà de ce centre de ressources, un outil de collecte et de partage de l'information en temps réel devrait être mis en place.

Rôle de la CCIR Poitou-Charentes :

➔ Elabore la stratégie régionale du volet « 3IE » du schéma sectoriel « Appui aux entreprises » (Schéma sectoriel, actions, budget) avec les élus CCIR (qui sont également élus CCIT) et les permanents des CCIT/R.
➔ Est l'interlocuteur des institutionnels régionaux pour l'innovation, l'information et l'intelligence économique et est en lien avec l'ACFCI
➔ Rassemble les éléments locaux pour en déduire une vision régionale
➔ Assure la coordination, la mutualisation et la cohérence des actions, des projets et des outils
→ Met en œuvre des actions spécifiques pour les entreprises
➔ Animation des réseaux professionnels : 1 référent du réseau des CCI est nommé par réseau régional et réfère de son action à la CCIR
→ Garantit la conception, l'harmonisation, le déploiement et la coordination de toute action 3IE

Rôle des CCIT (Angoulême, Cognac, La Rochelle, Rochefort, Deux Sèvres, Vienne)

➔ Accompagnent les entreprises sur les missions 3IE
➔ Animation des réseaux professionnels : 1 référent du réseau des CCI est nommé par réseau régional et réfère de son action à la CCIR
➔ Est l'interlocuteur des institutionnels locaux pour l'innovation, l'information et l'intelligence économique
→ Proposent pour le niveau régional, des prestations 3IE déjà expérimentées en local, après validation de la commission 3IE régionale
Par ailleurs, chaque CCIT garde la possibilité d'imaginer, concevoir, promouvoir et proposer localement des produits et services 3IE "hors catalogue régional".

4.2 – Les moyens

Les moyens ci-dessous indiqués concernent les moyens annuels qui pourraient être dédiés au catalogue régional de prestations 3IE, pour la mandature 2010-2015.

Axes	**ETP***	**Masse salariale (A)**	**Coûts externes** (achats, prestations externes…) (B)	**Total Ressources fiscales** (masse salariale + coûts externes) (A+B)
Construire sa stratégie	0,4	24k€	1,5k€	**25,5k€**
Innover	3,6	216k€	12k€	**228k€**
Connaître, surveiller, sécuriser	4,1	246k€	54,4k€	**300,4€**
Total	**8,1**	**486k€**	**67,9k€**	**553,9k€**

(*) 1 ETP ➔ 60k€ charges incluses

4.3 – Les indicateurs

Axes	Indicateurs
Innover **Construire sa stratégie**	Nb d'ETP de conseillers innovation Nb de conseillers en développement-correspondants innovation Nb de manifestations organisées sur le thème de l'innovation et nb de participants aux manifestations Nb de PME visitées/rencontrées en face à face sur le thème de l'innovation Nb d'entreprises mises en relation directe avec d'autres entr. ou centres de compétences en matière de recherche et d'innovation Nb de projets d'innovation détectés et formalisés dans un livrable remis à l'entreprise Nb de projets d'innovation accompagnés Nb de participants aux manifestations organisées Indicateurs de satisfaction client (à définir)
Connaître, surveiller, sécuriser	Nb d'entreprises sensibilisées pour l'IE Nb d'entreprises accompagnées pour l'IE Nb de clients/utilisateurs de fichiers d'entreprises, bases de données spécialisées, traitements statistiques et outils cartographiques Nb de consultations/visites sur les sites web d'information économique Nb d'études et de partenariats Indicateurs de satisfaction client (à définir)

La commission rappelle qu'elle sera particulièrement attentive sur des indicateurs de performance et de pertinence.

4.4 – La gouvernance

Une **commission régionale « 3IE »** (élus CCIR et techniciens CCIT/CCIR) pilotera et réorientera, si besoin, la mise en œuvre du volet « 3IE » du Schéma Régional « Appui aux entreprises » (2 ou 3 réunions par an).
Il est convenu qu'un point d'étape soit fait semestriellement en commission aux moyens d'indicateurs/tableaux de bord, afin d'assurer le suivi des prestations du catalogue régional pour de nouvelles orientations et échanges de bonnes pratiques.

Un **Groupe Technique Régional** (techniciens CCIT/CCIR) qui pilotera techniquement la mise en œuvre du volet « 3IE » et, en particulier, le plan d'actions. Il s'assurera du bon suivi des indicateurs et fera remonter tout élément (changement, difficulté…) devant faire l'objet d'un arbitrage en Commission. Il se réunira tous les deux mois.

Membres (élus, CCIT et CCIR) ayant participé aux travaux d'élaboration du sous-volet « 3IE »:

NOM - Prénom	CCIT
Elus	
BEGUIER Olivier	Deux-Sèvres
CAILLET Roland	Rochefort & Saintonge
DUTRUC Philippe	Deux-Sèvres
HUGER Benoit	Rochefort & Saintonge
LIPPI Frédéric	Angoulême
MARTIN Pascale	Vienne
MAUMONT Claude	Cognac
MAZET Joël	Vienne
MEUNIER Jean-Pierre	La Rochelle
PAVIE Catherine	Angoulême
WYBO-CHAUSSONNIERE Aurore	La Rochelle
Permanents	
BARON François	CCIR
BOIS Jean-Michel	CCIR
BOULARD Jean-Christophe	Angoulême
FAUGOUIN Patrick	CCIR
GUILLEMOT Patrick	Vienne
LE RONCE Bertrand	Vienne
MONTIZON François	Cognac
PION Olivier	Deux-Sèvres
PITERS Stéphane	Vienne
POUSSARD Nadine	CCIR
RIOLLET Jean-Philippe	Rochefort & Saintonge
TERNY Vincent	Rochefort & Saintonge
THOMAS Michel	CCIR
VERMANDE Murielle	La Rochelle

Président de la commission 3IE : Jean-Pierre Meunier

ANNEXES

- Tableau de synthèse ETAT DES LIEUX des prestations 3IE

- Tableau catalogue régional des 19 prestations 3IE

- 19 Fiches action

Tableau de synthèse ETAT DES LIEUX des prestations 3IE

BESOIN DE L'ENTREPRISE / Prestations actuelles du réseau des CCI	Définition	Estimation de l'apport pour le client	Estimation de l'apport pour le réseau	Commentaires	Nb prestations réalisées en 2011	Nombre de bénéficiaires dont entreprises	Temps homme (jrs annuel ETP)	Estimation frais externes	Recettes (CA + financement externe)
CONSTRUIRE MA STRATEGIE									
Je souhaite construire mon projet d'entreprise Je souhaite (re)définir mes objectifs d'entreprise									
Precellence 1 (définir mes objectifs)	Mettre au clair les objectifs stratégiques prioritaires par une approche globale des problématiques de l'entreprise et Définir les appuis externes à mobiliser	Disposer d'un document recensant clairement les objectifs stratégiques de l'entreprise et les contacts des personnes et/ou organismes pouvant aider le chef d'entreprise à les atteindre	Disposer d'un outil commun (en et hors région) d'approche globale de l'entreprise montrant le professionnalisme du réseau	Méthode développée par les CCIR Limousin et Poitou-Charentes Déployée dans 5 régions et 2 départements	40	40	20 jrs 0,5 j / intervention	Plateforme dématérialisée achetée auprès de CCIR Limousin : 1500 €	0 €
Pré diagnostic Propriété Industrielle	Accompagnement individuel de l'entreprise pour une meilleure intégration de la propriété industrielle dan sa stratégie	Sécurisation et renforcement de la différence de l'entreprise grâce à l'utilisation de la propriété industrielle	Etre reconnu comme un acteur de la propriété industrielle	Prestation mise en place par l'INPI qui sous-traite à la CCIR (arist)	10	10	15 jrs 1,5 j / prédiag		1500 € TTC (Forfait tarif INPI)
Ecriture du Projet d'entreprise et repérage des voies de différenciation (Précellence 2)	Accompagnement individuel du chef d'entreprise pour l'écriture de son projet à 3 ans: marchés , produits et prestations, savoir faire à maîtriser, les moyens et partenariats à mettre en œuvre, plan d'action à 3 ans	Disposer d'un projet, de pistes de différenciation et d'un plan d'action formalisés		Types d'accompagnements également mis en œuvre dans le cadre de l'"auto-diagnostic innovation" par l'arist	2 (hors autodiagnostic innovation)	2	8 jrs 2 à 5 j / entreprise		<u>Facturation:</u> 900 € / j d'intervention
INNOVER									
Comment je me différencie de mes concurrents ? Comment je peux me diversifier ? Comment je peux innover ?									
Ateliers Innovation	Réunions de 2 heures de présentation d'une thématique liée à l'innovation (Marketing de l'innovation, créativité, valeur d'usage d'un produit, éco conception, propriété industrielle, contrats, financement de l'innovation, veille, …) illustrée par des cas concrets, voire des « travaux pratiques » effectués par le groupe	Démystifier l'innovation Porter à la connaissance des PME les outils et méthodes ainsi que les partenaires qui les aideront dans la réalisation de leurs projets d'innovation	Faire reconnaître le réseau des CCI comme un acteur de l'innovation en région (les ateliers innovations sont inscrits dans les actions de la Stratégie Régionale d'Innovation)	Intérêt croissant des entreprises pour cette offre. A installer dans le temps (CCIRS)	16	291 participants dont 216 entreprises	50 j (arist) + 20 j (CCITs)	X	0 €
Precellence 1 - projet									
Pilotage de la démarche d'innovation	Accompagnement individuel de l'entreprise sur tout ou partie des thématiques suivantes : > identifier les opportunités d'innover > sélectionner le projet à mener > formaliser le cadre du projet et identifier les défis à relever > recevoir un appui méthodologique en accompagnement de projet (Recherche de solutions originales pour relever les défis en utilisant par exemple les méthodes de créativité ; Eco-conception ; Analyse fonctionnelle ; Ecriture du cahier des charges fonctionnel ; …) > utiliser les armes de la Propriété Industrielle	Se différencier de la concurrence Identifier les projets différenciateurs et les actions à mener Sécuriser les projets innovants Gagner du temps	Faire reconnaître le réseau comme un acteur de l'innovation	Types d'accompagnements également mis en œuvre dans le cadre de l'"auto-diagnostic innovation" par l'arist	2 (hors autodiagnostic innovation)	2	8 jrs 3 à 6 j / entreprise		<u>Facturation:</u> 900 € / j d'intervention

Autodiag Innovation	1j de formation inter entreprise + 2X1/2 j d'application pratique dans l'entreprise (arist) + une visite d'accompagnement RDT Poitou-Charentes	Savoir déterminer la capacité de l'entreprise à innover, détecter les voies de différenciation à privilégier, s'approprier les méthodes de créativité et de conception ainsi que la démarche de pilotage d'un projet d'innovation	Outil mettant le réseau en capacité de détecter et mettre les projets d'innovation d'entreprises sur la "rampe de lancement" en partenariat (technique et financier) avec le RDT et OSEO	11 sessions organisées (82 participants) de 2004 à 2010. A proposer également dans le commerce et le tourisme. Fort intérêt à unir régionalement les efforts de prospection pour proposer ce produit	2 sessions	11	20 j.		7 128 €
Protection des créations de l'entreprise Etats de l'art	Etudes d'antériorité dans les brevets, marques et modèles Etat de l'art (étude de l'environnement technico-économique) concernant un projet	Connaître les possibilités de protection industrielle Ne pas être contrefacteur Connaître l'environnement technico-économique d'un projet (technologies existantes, réglementation, experts, concurrents, …)	Etre reconnu comme un acteur de la propriété industrielle et de l'information technico-économique		18	18	120 j	6000 € (Abonnement Bases de données)	Facturation: 65 000 €
Trouver des solutions techniques/technologiques : orienter vers des partenaires (OSEO, RDT, CRITT, Ecole design…)	Prescrire la PTR, contribuer au montage de dossiers OSEO, accompagner des projets d'entreprises associant les CRITT	Mobilisation d'un dispositif d'aide (technique et financière)	Démonstration de la capacité du réseau à apporter des solutions concrètes pour l'accompagnement de projets d'innovation des entreprises	Participation au conseil d'administration de Convergence (JPhR) avec inquiétudes sur pérennité de la structure.	CCIRS: 9 PTR 5 dossiers OSEO 5 projets avec CRITT	CCIRS: 20 CCI 79: 190	CCIRS: 30j		0 €
PRIM'INNOV	Faire émerger des projets innovants dans une entreprise au moyen de l'intégration d'un étudiant BAC+5 sur 5-6 mois, + appui d'un enseignant chercheur associé à un laboratoire universitaire	270 k€ pour les entreprises ~210 j d'enseignants chercheurs 110 mois etp Master ingénieur en PME sur des projets innovants	Etre reconnu comme interface entre le monde de l'entreprise et celui de la recherche régionale	156 entreprises prospectées en 2011 Aide financement DIRECCTE pour l'entreprise	22	22	182 1 ETP	x	0 €
Quelles aides financières sont à ma portée pour mes projets d'innovation ?									
site web SEMAPHORE									
CONNAITRE, SURVEILLER ET SECURISER MON ENVIRONNEMENT									
CONNAITRE									
Comment je peux prospecter, rechercher de nouveaux clients ? Comment connaître l'environnement technico-économique de mon projet ? Comment préserver mon avantage concurrentiel ?									
Vente de fichiers/Annuaire sectoriel									
Fiches profil touristes internautes 17 (Observatoire du Tourisme)	Fiches profil des touristes internautes (OQCT: Observatoire tourisme CCI+ Comité Dép. Tourisme)	Disposer d'informations utiles pour les professionnels du tourisme ou créateurs	Promouvoir les entreprises du tourisme auprès des partenaires institutionnels	Thématique propre au 17	18	35000 entr via communication magazines et sites web		Observatoire = 6000€	
Protection des créations de l'entreprise Etats de l'art	Etudes d'antériorité dans les brevets, marques et modèles Etat de l'art (étude de l'environnement technico-économique) concernant un projet	Connaître les possibilités de protection industrielle Ne pas être contrefacteur Connaître l'environnement technico-économique d'un projet (technologies existantes, réglementation, experts, concurrents, …)	Etre reconnu comme un acteur de la propriété industrielle et de l'information technico-économique		18	18	120 j	6000€ (Abonnement Bases de données)	Facturation: 65 000 €
Ateliers P.E.N "Passeport pour l'Economie Numérique" 17	Atelier de recherche d'information sur internet sur 1/2 journée			Proposé dans le cadre des "Ateliers du créateur" (équivalent 5 jours pour Entreprendre)	13 ateliers	88 participants	4 j.	Intervenant externe	0 €

Je recherche un réseau professionnel propre à mes activités **Je veux créer un réseau professionnel** **Quel est l'état des lieux de la filière dans laquelle j'évolue ou vers laquelle je veux aller ? (export, marchés, tendances, emploi, compétences…)**									
Missions du référent réseaux / filières	Existence d'un référent CCI par filière régionale Rôle : assurer la coordination du réseau vers la filière dont il a la charge et notamment les missions 3IE	Avoir 1 seul et unique interlocuteur au sein des CCI	Coordination des actions des CCI vers une filière par le référent	Mise en place 2011					
Base de données sectorielle	Fourniture d'une base de données complète comprenant l'identité intégrale des entreprises et de leur savoir-faire, app.de prod. sur une filière donnée	Disposer d'une connaissance fine des acteurs d'une filière sur un territoire : marketing territorial, montage de projet collaboratif…	Etre reconnu comme l'acteur incontournable de la connaissance fine des entreprises	Associe l'outil fichier régional VISEO Poitou-Charentes + expertise conseillers CCI Projet 2012 : 1 à 2 grappes d'entreprises	0	0	selon projet env.20-60 jrs	0 €	selon projet
Zoom filières	Publications présentant des données de cadrage, cartographie d'une filière majeure en région Document réalisé sur demande, et avec partenaires	Disposer d'un document valorisant la filière et ses entreprises ; outil de positionnement Promotion de la filière sur salons, à l'étranger...	Favoriser le développement économique des filières, // interlocuteur privilégié des filières d'excellence (grappes et autres) et DIRECCTE Promouvoir la filière auprès des institutionnels, pouvoirs publics…	Partenariat systématique avec groupement majeur représentatif de la filière, voire autres acteurs (DIRECCTE…) ; servir toutes les filières majeures (10) et mettre à jour le "zoom" tous les 12 à 24 mois	2		40	x	9 200 €
Je veux mesurer et évaluer l'impact économique d'un évènement, d'un site touristique… (retombées, impact sur l'emploi…)									
Etude d'impact économique	Etudes d'impact économique (site touristique, salon, école)	qualité du travail reconnue par les bénéficiaires, moindre coût, méthodologie d'enquête éprouvée	partenariat CCIRS et ville Rochefort, partenariat CCILR avec le salon, la cda, le CG. Partenariat	l'étude du type impact du chantier Hermione constitue une exception qui ne devrait pas être reconduite (marché public, concurrence cabinet, temps passé sur deux ans)					
Etudes de territoire pour les collectivités locales	Etude de territoire, étude de centre ville, étude droit de préemption, FISAC… : étude et analyse de données socioéconomiques et des entreprises du territoire concerné	Outil d'aide à la décision destiné à dynamiser leur territoire	Maintenir un niveau de relation avec les collectivités locales Participer au développement économique du territoire		Env.15	X Coll.locales seulement	Variable : de 5 à 20 jrs		En moyenne 500€/jr
Je veux évaluer la situation de mon marché car je reprends ou crée une entreprise **Je veux connaître le profil de mes clients, mes concurrents** **Je souhaite disposer d'une représentation cartographique de certaines données** **Je veux pouvoir géo localiser mes prospects/clients pour faciliter mes déplacements**									
Observatoire du Commerce et des Services 17, 79, en cours 16 et 86	Outils de suivi des entreprises du commerce, services, tourisme comprenant des données de connaissance fine sur les entreprises	Disposer d'informations en temps réel et fiables sur des secteurs d'activité précis, des territoires…	Seul prestataire à disposer de ce genre d'informations Lien facilité avec les entreprises pour récupérer les infos	Méthodes et techniques d'alimentation des Observatoires sont différentes selon les dépts : harmonisation ?				VISEO 17 = ? VISEO 79 = ? VISEO 16 = 2500€	
Etudes "approche marché"	Etude présentant l'état du marché, la clientèle, la concurrence, les dépenses moyennes de consommation, l'environnement du lieu d'implantation...	Document d'appui nécessaire et obligatoire auprès des banques dans le cadre d'un projet de création ou d'extension d'entreprise Permet de nourrir la réflexion des créateurs		Harmoniser la méthodologie et le contenu et le tarif : en cours S'interroger sur le positionnement des Observatoires actuels : à régionaliser ?	Env.70 (en 2010)	Env.70 dont créateurs	Env.175 jrs 1 approche marché = 2,5 jrs	x	Env.25000€
Cartographie	Localisation de données sur une cartographie permettant d'avoir une vision analytique du besoin	Disposer d'un document synthétique et visuellement explicite pour appuyer une analyse ou aide à la décision	Valeur ajoutée à d'autres prestations proposées par le réseau. Aide à la décision en interne pour certains dossiers (LGV…) pour les élus	Pas de concurrence qui propose la même prestation, sauf dans le cadre d'une étude bien complète (ex : agences d'urbanisme, cabinets d'études…)					

Géo localisation des entreprises	Géo localisation des entreprises des ZA de la CDA La Rochelle	outil de promotion du territoire, outil d'analyse	analyse de filières, d'autres utilisations à l'étude: plan de déplacement d'une entreprise, géo localisation des sous traitants base Coraitel, animation des clubs locaux	les autres utilisations sont au programme 2012					
Je souhaite apprécier la conjoncture et le dynamisme économique d'un territoire **Je souhaite me situer dans mon secteur d'activité par rapport à la concurrence** **Je souhaite investir en Poitou-Charentes et disposer d'informations économiques**									
Notes de conjoncture 79	Réalisées trimestriellement sur enquêtes panel entreprises, permet de donner un état des lieux du climat économique du territoire	Disposer d'informations utiles pour les partenaires, institutionnels Permettre aux entreprises de se situer au sein de leur profession en matière de climat économique	Etre le porte parole des entreprises auprès des institutionnels, Etre proactif sur des phénomènes économiques		4	10000 entr Institutionnels Tout public			
Présentations économiques du territoire CCIR, 79, 17, 86	Publications présentant l'économie du territoire (données de cadrage, cartographie…)	Disposer de données et d'analyses pour une prise de position ou aide à la décision, Pour tout public	Valoriser nos territoires pour attirer des investisseurs, Promouvoir les entreprises, Informer les partenaires et institutionnels, Etre reconnu comme Guichet unique de l'information/agrégateur d'information	Régionaliser au maximum toutes les autres publications afin de présenter nos territoires de manière harmonisée ?			120 jrs		0 €
Dossier documentaire	Synthèse de liens vers des études, sites internet, organismes professionnels… utiles dans le cadre de la création d'une entreprise ou de la diversification d'une activité	Disposer d'informations utiles pour explorer un marché, un produit, une activité…	Produits visibles et "d'appel" pour les clients Permettent de faire connaître nos territoires Permettent de promouvoir d'autres prestations et montrer nos savoir-faire						
Publications Cahiers VISEO (17, 79)	Publications thématiques (données de cadrage, cartographie…) : ex : les commerces d'équip. De la personne, les commerces d'optique…	Disposer d'informations utiles pour les professionnels concernés par la thématique, ou secteur tourisme ou créateurs	Promouvoir les entreprises des secteurs concernés, Mettre en valeur des filières, Promouvoir les entreprises auprès des institutionnels	Régionaliser au maximum toutes les autres publications afin de présenter nos territoires de manière harmonisée ?	8	35000 entr via communication magazines et sites web		1 cahier = 1500€	0 €
SURVEILLER									
Comment je peux surveiller mon environnement ? **Comment je peux mieux organiser ma veille/mon information ?** **Comment être plus présent des cercles de décideurs/réseaux affaires ?** **Comment sécuriser mes projets ?**									
Revue de presse 17	Revue de presse locale + journaux spécifiques diffusée via abonnement gratuit aux entreprises	Suivre l'activité économique du territoire, détecter les nouveaux projets, suivi concurrence… en une lecture de mail plutôt que d'éplucher elles-mêmes la presse + leur éviter coût d'abonnement	Enquête annuelle de lectorat : jugée utile		quotidienne 5 jrs/sem	280 dont 128 entr (élus)		9 250 €	

Sensibilisation intelligence économique	conférence de 2 à 4 h de présentation de l'intelligence économique sous ses 2 aspects : offensive (méthodes et outils de maîtrise de l'information pour le développement des affaires) et défensive/"sécurité économique" (le facteur humain, les biens matériels, le système d'information) Conférence illustrée par de nombreux cas d'entreprises	Démystifier l'IE ; alerte sur l'apport des outils/solutions d'IE ; alerte sur les failles de l'entreprise.	Faire reconnaître le réseau comme un vulgarisateur et un acteur de l'IE en région, Partenariat avec Gendarmerie de Région.	Orienté groupements d'entreprises (clusters, grappes), Partenariat avec Gendarmerie de Région depuis 02/2008. Collaboration avec INPI et EURADIT engagée	3	45 + 15 institutionnels	5 jrs	X	0 €
Formation Intelligence Economique dans le cadre du Diplôme Universitaire	Formation-action via 6 modules (1 de 8h et 5 de 16h) ; possibilité de ne suivre qu'une partie des modules ; pour ceux qui suivent tous les modules, possibilité de soutenir un mémoire pour valider un DU en IE	Gagner en compétitivité, anticiper l'évolution des marchés, détecter les besoins futurs, décoder les stratégies des concurrents, protéger son patrimoine immatériel, influencer son environnement	Positionnement des CCI sur l'accompagnement et la formation des entreprises à l'IE	Prochaine programmation 2ème semestre 2012	0	10 personnes formées en 2 sessions depuis la mise en place		Intervenants externes	Prix total : 4500€ 1 module 1600€
Autodiagnostic veille internet RADAR INFO	Formation action visant à construire un outil simple de détection, de suivi et de partage de l'information utile. Organiser sa veille simplement et efficacement radar info : 1j formation, +1/2j suivi	77 % utilisent leur outil de veille régulièrement ou de temps en temps 80 % ont répondu avoir trouvé, grâce à la veille, des informations utiles sur les marchés, sur leur métier, sur la réglementation, sur un concurrent ou sur leur réputation.	Outil de veille également utile au quotidien du collaborateur CCI, quel qu'il soit		4 sessions	36	23j hors administration ccirs	X	14 040 €
Plateforme de veille sectorielle	Plate-forme logicielle/portail expert(e) de recherche, d'extraction, de filtrage, de synthèse et de diffusion d'information multilingues à haute valeur ajoutée multiutilisateurs Dédiée à des groupements d'entreprises/collectivités	disposer d'une information synthétisée pointue sur son secteur	outil backoffice de l'autodiag pour entreprises regroupées	3 projets programmés sur 2012 vers des grappes d'entreprises				Licence outil Iscope : 12.000€ annuel	0 en 2011
Organiser la veille stratégique	Accompagnement individuel permettant de construire son dispositif de veille stratégique : > Définir les domaines d'activités stratégiques > Identifier les savoir-faire stratégiques > Définir les « cibles de veille » > Sécuriser l'information > Répartir les tâches de veille > Mettre en place des « réunions de veille et de réflexion stratégique » > Installer un outil de veille automatique	Disposer d'un dispositif de veille en adéquation avec sa stratégie de façon à anticiper	Faire reconnaître le réseau comme un acteur spécialiste de la veille stratégique	Prestation qui intègre Précellence 2 et si nécessaire la mise en place d'outils de veille sur internet ainsi que le diagnostic Intelligence Economique défensive La CCIR (arist) est agréée par Convergence pour la réalisation de Prestations technologiques Réseau (PTR) Intelligence Economique permettant à l'entreprise de bénéficier de financements (jusqu'à 80% de la prestation)	2	2	12 jrs 6 à 10 j / entreprise		<u>Facturation:</u> 900 € / j d'intervention
Veille technologique et concurrentielle	Fourniture périodique d'informations sélectionnées et classées concernant des publications scientifiques, de brevets, de marques, de modèles, de normes, de règlements, …	Etre informé en permanence de nouvelles publications, souvent d'accès complexe, concernant les activités stratégiques de l'entreprise	Etre reconnu comme un acteur de la propriété industrielle et de l'information technico-économique		6	6	121 j		

SECURISER									
Comment je peux sécuriser et/ou protéger mon entreprise ?									
Diagnostic intelligence économique défensive / sécurité économique	diagnostiquer la sécurité de l'entreprise : les biens matériels, le facteur humain, le système d'information	Alerte sur failles en matière de sécurité dans l'entreprise et recommandations Sauvegarder son patrimoine matériel et immatériel	Etre reconnu comme prescripteur d'une démarche de sécurité économique	Réalisé en partenariat avec Gendarmerie de Région Prescripteur de la démarche "sécurité" auprès des ressortissants au bénéfice des entreprises spécialisées (SSII notamment)	11	11	8 jrs	x	0 €

Tableau des 19 prestations 3IE retenues pour le CATALOGUE REGIONAL

Prestations du réseau des CCI - Catalogue commun régional	Temps homme moyen (jrs) pour réaliser l'action	Nb d'entr. servies 2013	TOTAL ETP régional nécessaire	TOTAL ETP régional nécessaire par ENJEU
Axe de travail n°1 : CONSTRUIRE SA STRATEGIE				
Precellence 1 - définir mes objectifs (N°1)	2	29	0,3	0,4
Prédiagnostic Propriété Industrielle (N°2)	2	10	0,1	
Axe de travail n°2 : INNOVER				
Ateliers Innovation (N°3)	5	172	0,3	3,6
Precellence 1 - projet (N°4)	2	26	0,2	
Autodiag Innovation (N°5)	20	32	0,4	
Recherche d'experts / RDT (N°6)	0,5	352	0,8	
Protéger mon innovation via une analyse brevet (N°7)	7	15	0,5	
PRIMINNOV (N°8)	4	26	1,4	
Axe de travail n°3 : CONNAITRE, SURVEILLER ET SECURISER SON ENVIRONNEMENT				
CONNAITRE				
Animer site des aides financières SEMAPHORE (N°9)	60		0,3	4,1
Vente d'annuaire web qualifié (N°10)	40	100	0,2	
Vente de fichiers (N°11)	0,2	546	0,5	
Etudes Approches marché (N°12)	2,5	68	0,8	
Cartographie (N°13)	1	26	0,1	
Publications écon.de territoire (N°14)	20	2438	1,2	
Données écon. issues d'OBSERVATOIRES (N°15)	0,4	103	0,2	
Zoom filières (N°16)	20	750	0,3	
SURVEILLER				
Sensibilisation intelligence économique (N°17)	3	175	0,1	
Autodiagnostic veille internet RADAR INFO (N°18)	6	86	0,3	
SECURISER				
Diagnostic sécurité économique (N°19)	1	12	0,1	
				8,1

FICHE ACTION n°1

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 1 : CONSTRUIRE SA STRATEGIE

Nom de l'action : Précellence 1 – Objectifs stratégiques

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Aider le chef d'entreprise à mettre au clair ses objectifs stratégiques prioritaires par une approche globale des problématiques de l'entreprise et définir les appuis externes à mobiliser.
Description de l'action	Entretien d' ½ journée avec le chef d'entreprise permettant, après la mise au clair de son portefeuille d'activités : - dans un premier temps, de lui faire préciser ses priorités stratégiques ainsi que ses attentes (formalisées ou non) en terme d'appuis externes tant techniques que méthodologiques ou financiers ; - dans un second temps, de l'orienter en tant que de besoin vers les opérateurs et financeurs susceptibles de faciliter la mise en œuvre des actions stratégiques préalablement évoquées. Fourniture d'un compte rendu et suivi des actions planifiées.
Moyens humains	0,3 ETP pour 30 prestations.
Moyens techniques	Plate-forme web Précellence.
Moyens financiers	Plate-forme web : 1500 €/an (en commun avec l'action 4)
Calendrier	Action déjà existante A régionaliser
Indicateurs	- Nombre de PME visitées / rencontrées en face à face sur le thème de l'innovation - Nombre d'entreprises mises en relation directe avec d'autres entreprises (dans le cadre d'un projet d'innovation) et des centres de compétences en matière de recherche et innovation. - Nombre de projets d'innovation détectés (produit, process, service) et formalisés dans un livrable remis à l'entreprise.

FICHE ACTION n°2

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 1 : CONSTRUIRE SA STRATEGIE

Nom de l'action : Pré-diagnostic Propriété Industrielle (prestation réalisée en sous-traitance pour le compte de l'INPI)

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Aider le chef d'entreprise à intégrer la propriété industrielle dans sa stratégie
Description de l'action	La réalisation d'un pré-diagnostic se déroule en 4 temps dont une demi-journée en entreprise. - L'étude de l'entreprise et de son environnement : secteur d'activité, concurrence… - La visite en entreprise : analyse des produits, des services, de l'organisation, de la situation financière, etc. - La rédaction d'un rapport en 4 parties : état des lieux, développements possibles, pistes d'action, ressources et outils de mise en œuvre. - La restitution en entreprise pour expliciter les suites à donner au pré-diagnostic.
Moyens humains	0,1 ETP pour 10 prestations.
Moyens techniques	Aucun
Moyens financiers	
Calendrier	Action déjà existante
Indicateurs	- Nombre de PME visitées / rencontrées en face à face sur le thème de l'innovation - Nombre d'entreprises mises en relation directe avec d'autres entreprises (dans le cadre d'un projet d'innovation) et des centres de compétences en matière de recherche et innovation. - Nombre de projets d'innovation détectés (produit, process, service) et formalisés dans un livrable remis à l'entreprise. - Nombre de projets d'innovation accompagnés.

FICHE ACTION n°3

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 2 : INNOVER

Nom de l'action : Ateliers Innovation

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Démystifier l'innovation Porter à la connaissance des PME les outils et méthodes ainsi que les partenaires qui les aideront dans la réalisation de leurs projets d'innovation.
Description de l'action	Réunions collectives de 2 heures de présentation d'une thématique liée à l'innovation (Marketing de l'innovation, créativité, valeur d'usage d'un produit, éco conception, propriété industrielle, contrats, financement de l'innovation, veille, …) illustrée par des cas concrets, voire des « travaux pratiques » effectués par le groupe.
Moyens humains	0,3 ETP pour 10 ateliers.
Moyens techniques	Aucun
Moyens financiers	
Calendrier	Action déjà existante
Indicateurs	- Nombre de manifestations organisées sur le thème de l'innovation - Nombre de participants aux manifestations organisées

FICHE ACTION n°4

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 2 : INNOVER

Nom de l'action : Précellence 1 – Projet

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Aider le chef d'entreprise à identifier les éventuelles « zones d'ombre » (points clés non abordés) concernant un nouveau produit ou une nouvelle activité et l'orienter pour lever ces zones d'ombre.
Description de l'action	Entretien d' ½ journée avec le chef d'entreprise permettant, après avoir précisé le contexte et l'environnement concurrentiel du projet : - dans un premier temps, de lui faire préciser sa maîtrise des points clés pour la réussite du projet ; - dans un second temps, de définir les actions à conduire pour éclairer les zones d'ombre et l'orienter en tant que de besoin vers les opérateurs susceptibles de faciliter cet éclairage. Fourniture d'un compte rendu et suivi des actions planifiées.
Moyens humains	0,2 ETP pour 25 prestations.
Moyens techniques	Plate-forme web Précellence.
Moyens financiers	Plate-forme web : 1500 €/an (en commun avec l'action 1)
Calendrier	Action déjà existante A régionaliser
Indicateurs	- Nombre de PME visitées / rencontrées en face à face sur le thème de l'innovation - Nombre d'entreprises mises en relation directe avec d'autres entreprises (dans le cadre d'un projet d'innovation) et des centres de compétences en matière de recherche et innovation. - Nombre de projets d'innovation détectés (produit, process, service) et formalisés dans un livrable remis à l'entreprise. - Nombre de projets d'innovation accompagnés.

FICHE ACTION n°5

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 2 : INNOVER

Nom de l'action : Autodiagnostic Innovation

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Aider l'entreprise à déterminer sa capacité à innover ainsi que les voies de différenciation à privilégier, à s'approprier la démarche d'innovation, à mettre en œuvre les méthodes de créativité et de conception ainsi que les outils de développement adaptés à son projet.
Description de l'action	1 journée de formation interentreprises et 2 ½ journées individualisées d'application pratique et d'évaluation des acquis dans l'entreprise avec un conseiller de l'Arist. 4 sessions (8 participants) par an à partir de 2013.
Moyens humains	0,4 ETP pour 4 sessions (8 participants/ session)
Moyens techniques	Salles de cours équipée. Véhicule.
Moyens financiers	4.000€ : jusqu'à 2012, le coût du formateur externe (environ 1000 €/session) est pris en charge par le RDT sur financement OSEO.
Calendrier	Action déjà existante A régionaliser
Indicateurs	- Nombre de PME visitées / rencontrées en face à face sur le thème de l'innovation - Nombre d'entreprises mises en relation directe avec d'autres entreprises (dans le cadre d'un projet d'innovation) et des centres de compétences en matière de recherche et innovation. - Nombre de projets d'innovation détectés (produit, process, service) et formalisés dans un livrable remis à l'entreprise. - Nombre de projets d'innovation accompagnés.

FICHE ACTION n°6

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 2 : INNOVER

Nom de l'action : Recherche d'experts – RDT - Préconseil

Responsable projet	Animateur du RDT Poitou-Charentes Représentant des CCI au Conseil d'Administration du RDT
Objectifs de l'action	Stimuler l'émergence et faciliter la mise en œuvre de projets innovants ou à caractère technologique dans les PME-PMI
Description de l'action	Faire émerger tout projet de développement à vocation technologique Accompagner la mise en œuvre de ces projets Financer partiellement les dépenses internes et externes induites par ces projets
Moyens humains	1,3 ETP
Moyens techniques	Bases de données sur les centres de compétences Base de données régionale sur les entreprises Véhicule
Moyens financiers	
Calendrier	Action déjà existante
Indicateurs	- Nombre de mises en relation effectuées - Nombre de projets détectés - Nombre de projets accompagnés - Nombre de projets financés

FICHE ACTION n°7

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 2 : INNOVER

Nom de l'action : Protéger l'innovation via une analyse brevet

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Vérifier qu'aucun brevet en vigueur n'entravera la réalisation du projet innovant de l'entreprise. Statuer sur l'opportunité de protéger l'innovation par un dépôt de brevet et, dans l'affirmative, permettre une rédaction optimale du brevet.
Description de l'action	Réalisation d'une étude d'antériorité dans les brevets, à visée exhaustive, confrontation des éléments mis en œuvre dans le projet avec cet état de l'art et analyse en termes de liberté d'exploitation et de brevetabilité (nouveauté et activité inventive).
Moyens humains	0,5 ETP pour 15 prestations.
Moyens techniques	Abonnements à des bases de données
Moyens financiers	Abonnements bases de données : 5000 €
Calendrier	Action déjà existante
Indicateurs	- Nombre de PME visitées / rencontrées en face à face sur le thème de l'innovation - Nombre d'entreprises mises en relation directe avec d'autres entreprises (dans le cadre d'un projet d'innovation) et des centres de compétences en matière de recherche et innovation. - Nombre de projets d'innovation détectés (produit, process, service) et formalisés dans un livrable remis à l'entreprise. - Nombre de projets d'innovation accompagnés.

FICHE ACTION n°8

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet: Industrie

Axe 2 : INNOVER

Nom de l'action : Prim'Innov

Responsable projet	CCIR
Objectifs de l'action	Faciliter le développement de nouveaux projets et d'innovation dans l'entreprise grâce à une collaboration avec des centres de recherche et des établissements d'Enseignement Supérieur régionaux : conseil, expertise d'enseignants chercheurs et encadrement de Master en entreprise.
Description de l'action	· Apporter de l'expertise sur des domaines de compétence non couverts par les entreprises pour leur permettre de développer de nouveaux projets de développement et/ou d'innovation pour l'entreprise, · Apporter des compétences et des ressources très qualifiées (étudiants Ingénieurs ou Master) pour mettre en œuvre les projets en PME, · Faciliter la collaboration territoriale entre les centres de recherche et les PME régionales · Apporter à l'entreprise une ingénierie de projet qui lui facilitera la mise en œuvre de son action Apport de financement public au projet.
Moyens humains	1,4 ETP (1 ETP expert + temps de prospection des conseillers industrie)
Moyens techniques	Aucun
Moyens financiers	3000€ (frais de communication sur le dispositif)
Calendrier	Du 1er janvier 2011 au 31 décembre 2013. Pérennisation envisagée du dispositif
Indicateurs	- Nombre de projets engagés, montants d'engagement des actions, nombres de laboratoires impliqués, création d'emplois associée.

FICHE ACTION n°9

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Nom de l'action : Base de données Sémaphore

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Mettre à disposition des entreprises ou créateurs/investisseurs, un site internet appelé Sémaphore, recensant tous les dispositifs d'aides aux entreprises (aides financières ou aides techniques). Semaphore est une base de données nationale des CCI.
Description de l'action	Mettre à jour les informations relatives aux dispositifs d'aides contenues dans la base de données Sémaphore : il s'agit de toutes les aides régionales et locales, portant sur toutes les thématiques de la vie de l'entreprise et par tous les moyens, financiers ou techniques. La première mise à jour est programmée automatiquement au premier anniversaire de la date de création du dispositif. Les créations de nouveaux dispositifs relèvent de la vigilance/veille active des CCI au quotidien.
Moyens humains	0,3 ETP
Moyens techniques	Le fonctionnement de Sémaphore en mode gestionnaire est optimisé sur Mozilla Firefox.
Moyens financiers	1525 € HT par an (licence d'exploitation)
Calendrier	Mise à jour annuelle au minimum Opérationnelle en sept 2012
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 10

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Nom de l'action : Vente d'annuaire web qualifié

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Disposer d'une base de données qualifiée permettant de faire du marketing territorial, des actions collectives : - identification, recensement et qualification des entreprises dont les activités appartiennent à un secteur ou une filière donnée, mise en valeur de leurs savoir-faire
Description de l'action	1. Recenser la liste des entreprises appartenant à la thématique souhaitée (sources CCI Fichier des entreprises (Viséo P-Charentes, www.cotraitel.com ….) avec leurs caractéristiques 2. Qualification du fichier via des visites ou entretien en entreprise 3. Compilation et consolidation des données par CCIR 4. Vente/ Mise à disposition de l'outil et de son contenu aux clients (institutionnels ou réseaux/clusters)
Moyens humains	0,2 ETP
Moyens techniques	Développement interface web
Moyens financiers	Interface web : 2000€
Calendrier	Déjà existante
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n°11

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Nom de l'action : Vente de fichiers

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Fournir une base de données d'adresses d'entreprises fiable et actualisée à des fins de prospection commerciale ou pour rechercher des partenaires ou investisseurs Accompagnement et conseil du client, réalisation de devis et vente de listing sous format informatique (liste des créations mensuelles, listes établies selon la segmentation requise par le client)
Description de l'action	- Traitement et intégration quotidienne des données du fichier consulaire : formalités CFE CCIT/CMA, INSEE, URSSAF, GREFFE, IMPOTS … - Qualification des données en adéquation avec la réalité économique (presse, informations diverses…)
Moyens humains	0,5 ETP
Moyens techniques	Logiciels de gestion de fichiers Adhésion au site web national AEF www.aef.cci.fr Outils de communication
Moyens financiers	8.026€ (adhésion AEF) Actions de promotion/communication 2500€
Calendrier	Déjà existante
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n°12

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Nom de l'action : Approche marché

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Fournir un document d'appui présentant l'état économique du marché, l'analyse économique de la clientèle potentielle, de la concurrence, les dépenses moyennes de consommation, l'environnement du lieu d'implantation… Document souvent obligatoire dans le cadre d'un projet de création
Description de l'action	Réalisation complète de l'approche marché : formulation de la demande avec le client, études et analyses préliminaires, définition du projet, techniques d'analyses (offre, demande), conclusions et recommandations
Moyens humains	0,8 ETP
Moyens techniques	Logiciels de traitement de base de données (Viseo, IDC…) Outils internes (observatoires…)
Moyens financiers	Logiciels de traitement de base de données (Viseo, IDC…) : 3.620€
Calendrier	Déjà existante A harmoniser et régionaliser
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 13

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Action : Cartographie

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Présenter de façon visuelle et synthétique des informations économiques à travers la carte d'un territoire ou d'un ensemble de territoires.
Description de l'action	A partir de données économiques rattachables à un point géographique, il s'agit de réaliser une représentation graphique de ces informations dans la limite des espaces étudiés. Le livrable prend la forme d'une carte plus ou moins détaillée, riche et schématique.
Moyens humains	0,1 ETP
Moyens techniques	Logiciel de cartographie (type MapInfo, Arcview ou équivalent)
Moyens financiers	2.300€ (logiciel de cartographie MapInfo, Geoconcept)
Calendrier	Déjà existant A régionaliser
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 14

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Action : Publications économiques de territoire

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Mettre à disposition des entreprises et institutions, des informations économiques standardisées sur une thématique ou un territoire, pour promouvoir ce secteur ou ce territoire Supports papier ou web
Description de l'action	Fourniture d'informations économiques non personnalisées, sous la forme de publications sur un thème ou un territoire : • Chiffres Clés de l'économie par département • Cahiers Viséo sur des secteurs d'activité (ex : les commerces d'alimentation générale) et des thématiques transversales (ex : la création d'entreprise) grâce à l'exploitation des données économiques issues des fichiers économiques des CCI, des Observatoires du Commerce, ou des partenaires comme l'INSEE
Moyens humains	1,2 ETP
Moyens techniques	Logiciels de cartographie Outils bases de données (fichiers, Viseo, observatoires…) Données de partenaires (INSEE, ADEME…)
Moyens financiers	10.708€ (frais de création graphique/site web, d'impression/routage, frais de communication, achat de certaines données…)
Calendrier	Déjà existant A harmoniser et régionaliser
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 15

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Action : Données économiques issues d'observatoires

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Répondre aux demandes individuelles des entreprises, des collectivités locales ou des partenaires institutionnels concernant l'économie d'un territoire, d'un secteur d'activité
Description de l'action	Fourniture d'informations économiques à la demande et sur mesure : • Comptages d'entreprises • Listes qualifiées d'entreprises Rédactionnels sur un secteur d'activité ou un territoire
Moyens humains	0,2 ETP
Moyens techniques	Internet Bases de données internes Fichiers des CCI / Viseo Observatoires…
Moyens financiers	1.200€ (coût de fonctionnement technique d'un observatoire : mailing pour mises à jour des fichiers env.600€ pour 10.000 ressortissants)
Calendrier	Déjà existant dans certaines CCIT
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 16

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Action : Zoom filière

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Mettre à disposition des réseaux d'entreprise/filières ou syndicats professionnels, un document présentant la filière concernée afin de la promouvoir à l'extérieur et de valoriser son image et mettre en avant son poids économique Support papier ou web
Description de l'action	Collecte et recensement d'informations économiques sur la filière concernée (chiffres clés, poids régional, données nationales, ouverture économique…)
Moyens humains	0,3 ETP
Moyens techniques	Logiciels de cartographie Outils bases de données (fichiers, Viseo…) Données de partenaires (INSEE, Douanes…)
Moyens financiers	1.500€ (frais d'impression pour 3 zooms annuels)
Calendrier	Déjà existante
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 17

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Action : Sensibilisation Intelligence Economique

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Sensibiliser les entreprises à l'intelligence économique offensive et défensive Faire émerger des préoccupations IE
Description de l'action	Intervention sous forme de conférence d'une durée de 1h30 à 2h auprès des réseaux d'entreprises
Moyens humains	0,1 ETP
Moyens techniques	Partenariat formalisé avec la Gendarmerie de Région, l'INPI et Euradit Poitou-Charentes
Moyens financiers	Aucun
Calendrier	Déjà existant
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 18

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Action : Autodiag Veille sur Internet / RADAR INFO

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Rendre autonome l'entreprise sur sa veille Aider l'entreprise à structurer et automatiser sa veille dans l'entreprise
Description de l'action	1 journée de formation interentreprises et ½ journée individualisée d'application pratique et d'évaluation des acquis dans l'entreprise avec un conseiller CCIT/R. 4 sessions (7 participants) par an à partir de 2013.
Moyens humains	0,3 ETP pour 4 sessions (7 participants/session)
Moyens techniques	Salles de cours équipée de 8 ordinateurs connectés à internet 1 Logiciel libre et gratuit
Moyens financiers	
Calendrier	Déjà existant A régionaliser
Indicateurs	A définir en Commission

FICHE ACTION n° 19

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : 3IE

Axe 3 : CONNAITRE, SURVEILLER, SECURISER

Action : Diagnostic sécurité économique

Responsable projet	
Objectifs de l'action	Alerter l'entreprise sur ses failles en matière de sécurité : · Sécurité physique des locaux et des matériels · Facteur humain · Maîtrise de la communication interne et externe · Sécurité des systèmes informatiques internes et externes · Maîtrise des risques liés à l'environnement économique
Description de l'action	Détection d'un besoin de sécurité ou d'une faille de sécurité dans l'entreprise (par CCIT/R, partenaires, etc.) Visite d'1/2 journée avec la Gendarmerie de Région
Moyens humains	0,1 ETP
Moyens techniques	Partenariat avec Gendarmerie de Région
Moyens financiers	
Calendrier	Déjà existant A régionaliser
Indicateurs	A définir en Commission

Volet

Développement international

Président de commission :

Daniel BRAUD

S O M M A I R E

Introduction

1 – Etat des lieux

1.1. - Le contexte national spécifique du chantier «international »

1.2 – Le contexte régional

1.2.1 - Le commerce extérieur régional
1.2.2 - Le réseau CCI International Poitou-Charentes
1.2.2.1 L'organisation
1.2.2.2 L'offre régionale
1.2.2.3 Les outils
1.2.2.4 Les moyens
1.2.2.5 Diagnostic
1.2.2.5 Evaluation
1.2.2.6 Objectifs
1.2.2.7 Indicateurs
1.2.3 - Les autres acteurs du dispositif d'appui public et privés dans la région

2 – Stratégie

Axes stratégiques :

2.1 – Organiser et faire fonctionner le réseau
2.2 – Actualiser le métier et les compétences des CCI
2.3 – Structurer l'offre de services en fonction de l'expérience International des entreprises
2.4 – Développer le partenariat avec d'autres opérateurs

3 – Plan d'actions

3.1 –Déclinaison des 4 axes stratégiques
3.2 – Ventilation ETP par action
3.3 – Evaluation du besoin en ressources fiscales pour 2013

Annexes

1 : Composition de la Commission régionale « International »
2 : Fiches actions

Introduction

Les CCI de région doivent adopter, dans des domaines d'activités ou d'équipements définis par décret, des schémas sectoriels destinés à encadrer les projets des CCI territoriales *(Article L711-8-3°)*.
Les schémas que la CCIR Poitou-Charentes devra adopter en 2012 s'inscrivent, pour une part, dans la continuité des schémas sectoriels précédemment votés et dans le respect de la stratégie régionale votée à l'unanimité en Assemblée Générale de la CCIR le 9 juin 2011 :

Rappel des 4 schémas :

=> Formation, enseignement et apprentissage
=>Aménagement du territoire, infrastructures, transports
=>Appui au développement des entreprises
=>Développement durable (nouveau schéma à élaborer complètement)

La thématique « International » représente l'un des 6 volets du schéma sectoriel Appui au développement aux entreprises dont les autres composantes sont :

- Création / transmission / reprise d'entreprises
- Information, intelligence économique et innovation
- Commerce et services
- Industrie
- Tourisme

Ce volet a pour vocation d'être un cadre à l'action consulaire en faveur du développement international des entreprises et se situe dans une logique de réponse aux besoins des entreprises et des territoires. Cela nécessitera, dans sa mise en œuvre, une prise en compte des particularités locales ou sectorielles. Le précédent schéma était descriptif, le nouveau se doit d'être prescriptif.

Ce schéma résulte des réflexions et débats de la commission régionale « International » présidée par Daniel BRAUD, Vice Président de la CCIR, Président de la CCIT d'Angoulême et composée des élus suivants :

CCIT	**Elus titulaires**	**Elus suppléants**
Vienne	David Cottereau	Eric Lenoir
Angoulême	Daniel Braud	Frédéric Lippi
Deux-Sèvres	Jean-Luc Baley	Jacques Rougier
La Rochelle	Dominique Blanchard	Jean-Louis Forgeard-Grignon
Cognac	Christian Delage	
Rochefort & Saintonge	Jean-Pierre Isidore	

Celle-ci s'est réunie à 2 reprises : le 13 janvier et le 9 mai 2012 pour élaborer un projet à faire valider par la prochaine Assemblée Générale de la CCIR Poitou-Charentes.

L'international, au même titre que l'environnement et l'innovation, est un domaine clé de la compétitivité des entreprises.

1- Etat des lieux

1.1 Le contexte national spécifique du chantier « international »

La réforme du réseau consulaire et l'établissement des schémas sectoriels s'inscrivent, à l'échelon national, dans un environnement du commerce extérieur français particulièrement agité, caractérisé par une dégradation régulière du commerce extérieur conduisant à une aggravation du déficit qui s'explique également par une hausse des matières premières à l'importation.

Pour mieux coordonner les structures de soutien aux entreprises pour leur développement à l'international, une **nouvelle Charte nationale 2012-2014 de l'exportation** a été signée le 12 juillet 2011 faisant l'objet de déclinaisons régionales (signature le 27 février 2012 pour le Poitou-Charentes). Cette convention nationale rassemble un périmètre de partenaires beaucoup plus large que celui de la précédente convention (2008-2011) : l'État, les Régions de France, les CCI de France, les CCI françaises à l'étranger, les Conseillers du Commerce et Extérieur de la France, l'agence UBIFRANCE, la Coface et OSEO.

Le contenu de ce partenariat porte sur la mise en place de guichets uniques régionaux au sein des CCIR : il s'agit d'un point d'entrée fonctionnel unique identifié (reconnaissance du rôle des CCI dans l'accompagnement des entreprises à l'international) et définit le rôle des CCI de France (assurent les actions de détection de nouveaux exportateurs, l'information sur les marchés (journées d'information, rencontres, veille, réglementation, ….).

La charte détermine des objectifs quantitatifs précis ou généraux pour l'ensemble des acteurs signataires, mais aussi des déclinaisons spécifiques pour le réseau des CCI de France : Les CCI s'engagent à **sensibiliser 20 000 PME/ETI chaque année**. Parmi elles, les CCI s'engagent à sensibiliser **3 000 PME/ETI primo exportatrices** et **2 000 à fort potentiel** chaque année.

La création de l'association CCI International détermine également le cadre d'actions dans lequel nous opérons désormais.
L'association qui a pour finalité de rassembler toutes les CCI Régionales, et les CCI territoriales qui le souhaiteraient spécifiquement (en particulier les CCI métropolitaines), s'est donné comme objectifs :

- de renforcer la visibilité du réseau des CCI dans ses actions à l'international
- de développer les bonnes pratiques et d'homogénéiser les méthodes de travail
- de renforcer les synergies à l'intérieur du réseau et entre réseaux.

On ne peut pas, à cet égard, oublier l'adoption du **guide des bonnes pratiques à l'international adopté par l'Assemblée générale de l'ACFCI en décembre 2009 dont la version actualisée a été validée le 29 mai 2012**.

Ce guide norme le métier du CDI et les prestations de services à destination des entreprises fournies par CCI International.

Il a pour objectif de répondre à une nécessité de rationalité des organisations, mais aussi de satisfaire aux exigences découlant des conventions conclues entre les organisations consulaires (ACFCI, CRCI, CCI) et leurs différents partenaires.

A ce titre :

. Il définit la mission minimale obligatoire du service « CCI INTERNATIONAL »,
. Il mentionne les prestations et services rendus aux entreprises et dans des conditions qui assurent l'***harmonisation de sa mission*** **et de sa qualité sur l'ensemble du territoire national**,
. Il intègre des indicateurs stratégiques d'activités et des indicateurs d'impact.
Ainsi, le guide de bonnes pratiques définit des ***exigences*** de qualité et de continuité de service correspondant à des prestations et services harmonisés au plan national.

Ce Guide – évolutif – sert de référence dans le cadre de l'établissement des schémas sectoriels.

1.2 – Le Contexte régional

1.2.1 Le commerce extérieur régional

Le réseau des CCI a dénombré 1234 entreprises exportatrices en 2011 dans la région Poitou-Charentes, soit un peu plus de **2 % des entreprises** de la région Poitou-Charentes.
La CCIR Poitou-Charentes comptabilise 60 362 établissements (dont 20 % dans le secteur Industrie et 42 % dans les services).
On observe une **présence homogène** d'entreprises exportatrices sur l'ensemble de la région avec une **concentration** des exportateurs plus forte autour des **pôles** de **La Rochelle** (port maritime) et de **Cognac** (spiritueux).

Près de la moitié des exportateurs sont des **TPE**. Néanmoins, les moyennes et grandes entreprises restent incontournables à l'export : **18%** ont **plus de 50 salariés.**
34 % des exportateurs de notre région sont des entreprises débutantes à l'export.

Les échanges du Poitou-Charentes (source Douanes 2012)

Avec 12,466 milliards d'euros d'échanges (1,6 % du total des exportations françaises), le poids de l'export est relatif en Poitou-Charentes, plaçant notre région au 18ème rang dans le classement national. Elle occupe le 19ème rang à l'import.

Il faut toutefois noter que le niveau des échanges de la région Poitou-Charentes est en nette progression par rapport à l'année 2010 (+25,11%) et que le montant des exportations a augmenté de **+ 30% en 5 ans** malgré la crise économique de 2009. Nous pouvons nous féliciter d'une balance du commerce extérieur excédentaire de 1 080 millions d'euros nous positionnant à la 5ème place des régions métropolitaines.

Structure sectorielle

Au niveau des exportations régionales, le secteur des alcools et des boissons représente à lui seul 25,65% des exportations ; celles du Cognac sont reparties à la hausse depuis 2010. Les produits de la culture et de l'élevage (14,55 % du total des exportations) sont en progression de 17,75% qui s'explique par les ventes de céréales en Afrique.

La crise a profondément touché les secteurs du **nautisme** et de **l'automobile** à l'export.

La **Charente** est le **1er département exportateur** de la région avec 37,2 % des exportations (boissons, matériel électrique et bois). La **Charente-Maritime** est en 2ème position avec 28,7 % (pour les produits de la culture et de l'élevage - chimie de base, mat. Plastiques et caoutchouc synthétique). Arrivent ensuite la **Vienne** avec 19,4 % des exportations (Appareils de mesure, machines et équipement d'usage général,) et les **Deux-Sèvres** avec 14,7 % (Viande – produits de la construction automobile – produits laitiers).

En Poitou-Charentes, tous les secteurs d'importation ont connu des hausses significatives en 2011. 1er secteur d'importation : les produits pétroliers raffinés (24,74 % total import.).

Structure géographique

L'union européenne perd en 2011 des parts dans le domaine des exportations (46,4%), au profit des pays tiers (56,6%). On observe un recul de 2,52% par rapport à l'année 2010.

Les Etats-Unis, l'Allemagne, et l'Espagne sont les principaux pays clients de la région Poitou-Charentes. Il faut noter également une émergence du marché africain où les volumes d'exportations ont triplé en 5 ans.

La Chine, l'Allemagne, et la Russie sont les principaux pays fournisseurs du Poitou-Charentes.

1.2.2 – Le réseau CCI International Poitou-Charentes

1.2.2.1 L'Organisation

Le réseau consulaire Poitou-Charentes est composé de 6 CCI territoriales (Angoulême, Cognac, Deux-Sèvres, La Rochelle, Rochefort et Saintonge, Vienne) et de la CCI de région Poitou-Charentes.

Afin de proposer un service complet et structuré à toutes les entreprises de la région, les CCI ont décidé de mutualiser leurs compétences et leurs outils en régionalisant leurs équipes internationales au sein d'un service régional piloté par la CCIR ; ainsi le chiffrage de la masse salariale comprend le chiffrage des ETP des CDI mais n'intègre pas le salaire des assistantes basées en CCIT pour le temps consacré à l'international.

Conformément à la décision prise par l'Assemblée Générale de la CCIR, il a été mis en place, début janvier 2012, le service **CCI INTERNATIONAL POITOU-CHARENTES** composé des collaborateurs experts des CCI locales rattachés fonctionnellement au Directeur régional.

L'international a ainsi été le 1er secteur mutualisé des CCI de Poitou-Charentes.

Cette organisation s'articule autour de 3 niveaux :

- **la commission régionale de l'International**, composée de 10 entrepreneurs élus membres des 6 CCI territoriales de la région. Il s'agit d'une commission d'étude et de réflexion qui a un rôle majeur d'encadrement des travaux techniques liés à la définition de la stratégie régionale en matière d'appui à l'export. Les réflexions de cette commission sont complémentaires aux données issues des contacts « terrain » analysés par les services pour permettre à la CCIR de définir priorités et moyens conformes aux attentes des entreprises.

- **Le Directeur de CCI International,** fait le lien entre la commission internationale et les conseillers en développement international qu'il anime et dont il coordonne l'action. Il fait également le lien avec les autres services de l'appui aux entreprises. Il a également pour mission d'optimiser les relations techniques avec les principaux partenaires du commerce extérieur et l'association nationale CCI INTERNATIONAL.

- **Une équipe composée de conseillers en développement international (CDI)** basés dans les CCI Territoriales qui restent en proximité des entreprises et qui possèdent tous une connaissance avérée des entreprises et de la problématique générale du développement international. La capitalisation par les CDI de leurs compétences « pays » acquises au fil du temps et des missions, permet de gagner du temps et de la performance sur les actions programmées dans les pays de leur spécialisation, mais l'approche filière sectorielle est incontournable. Une démarche a été engagée dans ce sens pour les TIC.
  Il sera proposé à la commission International de revoir la répartition géographique par CDI, après analyse du passé. La nouvelle répartition sera alors articulée avec la nouvelle politique sectorielle.

La logique locale doit être conservée et renforcée par un effet « équipe » pour un événement majeur en cas de besoin d'une CCI territoriale.

La CCIR Poitou-Charentes est le relai régional du réseau européen EEN (Entreprise Europe Network) au travers du consortium interrégional Aquitaine – Limousin – Midi-Pyrénées et Poitou-Charentes. EEN n'est pas intégré dans CCI INTERNATIONAL, mais les deux réseaux collaborent de façon étroite pour aider les PME à développer leur potentiel sur les marchés étrangers.

1.2.2.2 L'offre régionale : Une offre de services harmonisée sur tout le territoire Régional

La mission générale de CCI International Poitou-Charentes est d'informer, d'orienter, de conseiller et d'accompagner en proximité les entreprises exportatrices ou désirant exporter du Poitou-Charentes.

Cette mission s'exerce dans le cadre d'un partenariat stratégique engagé avec l'Etat, la Région, la CCIR, Ubifrance, Coface, OSEO et le Comité régional CCEF Poitou-Charentes, suite à la signature de la convention relative à l'organisation du dispositif de soutien au développement international des entreprises régionales en Poitou-Charentes signée le 27 février 2012 pour une durée de 3 ans. La convention est jointe en annexe 4.

Ce partenariat positionne le réseau CCI International comme interlocuteur privilégié de proximité des entreprises avec la mise en place d'un « service coordonné à l'international » au sein de la CCIR. Il s'agit d'un point d'entrée fonctionnel identifié, qui se traduit par un numéro de téléphone unique (N° Vert : 0 800 008 333), et d'une équipe composée de personnes dédiées à l'export issues de CCI INTERNATIONAL POITOU-CHARENTES, chargée d'orienter et de suivre les entreprises dans leurs projets d'exportation.

Pour remplir concrètement sa mission, CCI INTERNATIONAL POITOU-CHARENTES mène des actions regroupées au sein d'une offre régionale qui s'articule autour de 4 axes, conformément au guide des bonnes pratiques qui norme les prestations du réseau CCI INTERNATIONAL au plan national :

1. **Sensibiliser / Informer :** Fournir une information de premier niveau destinée à sensibiliser l'entreprise aux enjeux du développement international et favoriser les échanges et le partage d'expériences

2. **Préparer le développement international** : Accompagner l'entreprise via des outils et des méthodes d'aide à la décision pour la mise en place d'une stratégie à l'international et l'élaboration d'un plan d'actions opérationnel

3. **Structurer l'activité à l'international (volet RH / formation)** : Renforcer les ressources internes de l'entreprise, structurer le service à l'international

4. **Accompagner le développement international :** Favoriser la prise de contacts directs par l'entreprise avec des partenaires économiques potentiels via un accompagnement individuel ou collectif sur une opération en France ou dans des pays étrangers.

Détail de l'offre

1. Sensibiliser / Informer
Information sur l'environnement réglementaire (en collaboration avec EEN pour l'espace Européen et utilisation de la hotline UBIFRANCE)
Information technique : Premier conseil, basé sur des recherches individualisées d'informations sur les techniques du commerce international
Journées pays : Rendez-vous individuels avec un expert pays du réseau des partenaires (Ubifrance, CCIFE, etc.) pour obtenir des conseils pour une première approche, valider le potentiel du marché et développer son réseau.
Réunions thématiques : Echanges sur les opportunités d'un marché ou sur les bonnes pratiques du commerce international
Permanences avec les partenaires du commerce international en région : Boîte à outils export multisectorielle ou sectorielle : RV individuels avec les partenaires export réunis en un même lieu
Manifestations, Forums de l'international : Tour du monde en 8 heures, Trophées export…)
Clubs d'entreprises : mise en réseaux d'entreprises sur des problématiques communes pour échanger et favoriser le partage d'expériences (clubs export)
2. Préparer le développement international
Reflex export : Formalisation d'un entretien avec l'entreprise pour qualifier et reformuler par écrit ses besoins de développement à l'export
Pré-diagnostic : Audit réalisé par un Conseiller en Développement International ayant pour vocation d'évaluer le besoin et la capacité de l'entreprise à exporter
Aide à l'identification, l'analyse et la sélection de marchés cibles
Accompagnement à l'élaboration d'un plan d'actions export et accompagnement des exportateurs dans la durée
Aide au financement de la démarche export : Accompagnement dans l'identification des aides financières adaptées au projet et dans le montage d'un dossier de demande d'aide (Cordeex – Vie)
3. Structurer l'activité à l'international (volet RH /formation)
Réflexe RH international : RDV avec un conseiller pour qualifier les besoins de l'entreprise en structuration à l'international
Volontariat International en Entreprise (VIE) : sensibilisation et promotion du dispositif VIE par un Conseiller en Développement International ; accompagnement par le CDI / aide à la rédaction de l'offre de mission, démarches administratives
Formations au commerce international : autodiagnostic export : 3 demi-journées de formation interentreprises et ½ journée d'application pratique et d'évaluation des acquis dans l'entreprise.
Groupement : favoriser les groupements d'entreprises formalisés ou non pour accéder aux marchés internationaux

4. Accompagner le développement international
Test produit / marché auprès de partenaires potentiels pour évaluer les opportunités de développement commercial sur le marché visé.
Missions de prospection (individuelle ou collective) : programme de rendez-vous individuels sur mesure organisés avec le partenaire du réseau expert du pays
Salons internationaux : Promotion, préparation voire accompagnement des entreprises à l'occasion de visites de salons
Conventions d'affaires, rencontres d'acheteurs (France / étranger) : RV B to B pour alliances stratégiques, commerciales, financières et technologiques à l'international : Futurallia,.forums EEN

1.2.2.3 Les moyens

CCI International comprend **15 collaborateurs** correspondant à 11,90 ETP répartis comme suit :

- **1 Directeur régional du développement international** qui est également directeur de l'Appui aux entreprises, basé à la CCIR
- **7 conseillers en développement international** répartis dans les 6 CCI territoriales
- **Une chargée de mission et une assistante à temps partiel** pour l'international, basées à la CCIR
- **5 assistantes à temps partiel** réparties dans les CCI territoriales

Le dispositif budgétaire de CCI international repose sur la consolidation des budgets (hors assistantes) des 6 CCIT et de la CCIR. Le budget analytique du réseau CCI à l'international (source : GTR DAF) s'élève pour 2012 à **1 013 800 €.**

1.2.2.4 Les outils

CCI international a mis en place des outils facilitateurs destinés à optimiser l'information auprès des entreprises et des partenaires :

- La publication du programme annuel des actions de CCI INTERNATIONAL.

- L'enquête annuelle du commerce international pour mieux connaître les besoins des entreprises exportatrices afin d'orienter les actions de sensibilisation et d'information et de disposer de statistiques sur les marchés d'exportation et d'importation de la région

- La « base régionale export » alimentée par les CCIT à partir des résultats de l'enquête annuelle du commerce international qui permet de disposer d'un fichier régional qualifié. Son optimisation est en cours grâce au développement d'une interface web export qui permettra de collecter des données sur les actions internationales des entreprises de notre région. L'outil sera adapté aux objectifs de la nouvelle convention régionale de l'exportation 2012-2014 pour faciliter la remontée des indicateurs.

- L'étude annuelle « Le commerce international en Poitou-Charentes » qui s'appuie à la fois sur l'enquête du commerce international et sur les statistiques douanières.

- Un numéro vert conformément à l'engagement de CCI International dans la convention régionale de l'exportation.

- des newsletters locales et des sites internet pour relayer l'information internationale auprès des PME exportatrices.

- Le World Trade Center Poitiers Futuroscope dont la licence a été acquise en 2006, fonctionne depuis le 1 janvier 2007. Il donne accès à un réseau de 330 WTC dans 90 pays du monde. Il est complémentaire aux réseaux sur lesquels nous nous appuyons actuellement. En effet, il donne accès à des communautés d'affaires locales et non pas à des structures françaises à l'étranger.
  Outre les informations obtenues pour les entreprises, le réseau propose des avantages dits « de réciprocité » comme la mise à disposition de locaux dans les WTC étrangers. Le groupe des 13 WTC Français a, par ailleurs, négocié des

avantages significatifs auprès d'acteurs majeurs de l'international, comme le groupe ACCOR, UPS ou encore les bureaux de passage ATEAC à Paris.
Il est proposé, par décision de la commission « International » du 13/01/2012, d'ouvrir les services proposés par le WTC Poitiers Futuroscope, réservés actuellement, aux entreprises de la Vienne adhérentes de l'association Futurexport, aux communautés exportatrices des trois autres départements, les modalités restant à définir avec l'ensemble des CCI de la région.

1.2.2.5 Diagnostic

– LES POINTS FORTS

- Proximité géographique des conseillers avec les entreprises
- Compétence technique : Connaissance des marchés et de la réglementation à l'international
- Force d'un réseau : mutualisation et mise en complémentarité des connaissances géographiques et sectorielles.
- Capacité d'animation et d'information par l'organisation de nombreuses réunions préparant les entreprises à l'approche de nouveaux marchés étrangers incluant celles des clubs export

– LES POINTS FAIBLES

- Politique trop opportuniste et pas assez stratégique par rapport à l'approche des marchés étrangers
- Difficulté à détecter de nouveaux exportateurs potentiels
- Manque de formalisation de la démarche de diagnostic en direction des PME
- Absence d'outil régional de gestion relation clients (GRC) nécessaire au fonctionnement en réseau et au suivi des entreprises.
- Trop peu de communication sur les actions à l'international.

– LES OPPORTUNITES

- L'Etat reconnaît le rôle des CCI à l'international dans le cadre de la réforme sur la simplification du dispositif public.
- L'accord conclu le 27 février 2012 par la signature de la convention régionale qui positionne les CCI comme porte d'entrée du dispositif d'accompagnement à l'international des entreprises régionales.
- Le renforcement des filières sectorielles

– LES RISQUES

- Moyens limités dans certains territoires en regard des attentes et objectifs fixés dans la convention
- Absence de partenariat avec certaines collectivités territoriales (Conseils Généraux, Communautés d'Agglomérations, Communautés de Communes) développant des stratégies et des compétences en faveur du développement international des entreprises
- Positionnement à clarifier par rapport à des acteurs privés : Consultants, opérateurs bancaires, experts comptables ….

1.2.2.6 Evaluation

Sur la période 2009-2011, ont été enregistrés les résultats suivants :

↳ **1270** participations d'entreprises au programme régional CCI INTERNATIONAL

Dans le cadre de la convention de partenariat en faveur du développement international des entreprises signée avec Ubifrance :
↳ **426** accompagnements collectifs sur des opérations du programme France (Evènements internationaux) ayant mobilisés **172 entreprises**
↳ **129** nouveaux exportateurs
↳ **67** nouvelles missions VIE

En 2011, trois opérations phares ont permis aux entreprises régionales de mieux approcher les spécificités marchés et de développer de nouveaux courants d'affaires **:**

En région :
☞ **Le Tour du Monde en 8 heures** (3ème édition - le 21 juin 2011 à Poitiers - 69 PME – 48 représentants de pays étrangers – 350 rendez-vous en B2B)
☞ **Le Forum Maghreb** (le 13 Octobre 2012 à Niort - 34 PME – 8 partenaires experts - 64 rendez-vous)

A l'étranger :
☞ **Futurallia Kansas City** (Du 18 au 20 mai 2011 aux USA - 20 entreprises de Poitou-Charentes sur 424 participants – 16 rendez-vous par entreprise sur deux jours pour un total de 5700 rendez-vous - 20 pays participants)

☞ Dans le cadre de notre approche sectorielle, un accompagnement à l'international a été réalisé pour les entreprises du secteur des TIC, avec le SPN : cluster TIC Poitou-Charentes qui a permis à 7 entreprises d'initier une démarche export sur le Maroc. Cette démarche est soutenue localement par un VIE recruté par le SPN.

1.2.2.7 Objectifs

Les objectifs chiffrés sur lesquels s'est engagé le réseau CCI International dans le cadre de la convention régionale sont les suivants :

Objectifs annuels propres au réseau consulaire :
- Sensibilisation de **300 PME/ETI** (dont 70 PME/ETI primo exportatrices et 40 PME/ETI à fort potentiel)
- Suivi de **40 PME/ETI** à fort potentiel afin de leur permettre de renforcer sensiblement leurs performances export.
- Accompagnement de 30 entreprises pour 6 actions du programme France

Objectifs annuels communs aux autres partenaires :
- Sensibiliser 120 entreprises exportatrices à la formule VIE
- Susciter 50 marques d'intérêt de PME pour la formule VIE
- Générer 25 départs de VIE

1.2.2.8 Indicateurs

Indicateurs nationaux

A partir de 2012, de nouveaux indicateurs normés par le guide des bonnes pratiques de l'ACFCI seront utilisés. Le suivi des indicateurs relatifs aux objectifs définis par la charte nationale de l'exportation s'inscrira dans le cadre de la consolidation nationale des indicateurs d'activité des CCI.

- **Indicateurs stratégiques d'activité :**
- nombre de participations de PME/ETI à des actions d'appui en France et à l'étranger.
- nombre de prestations de conseils individuels experts

- **Indicateurs de sensibilisation de PME/ETI :**
- nombre de PME/ETI sensibilisées
- nombre de nouveaux primo exportateurs sensibilisés
- nombre de nouvelles PME/ETI à fort potentiel différentes sensibilisées
- nombre de PME/ETI différentes ayant bénéficié d'un appui en France
- nombre de PME/ETI différentes ayant bénéficié d'un accompagnement individuel ou collectif à l'étranger

- **Indicateurs de suivi personnalisé de PME/ETI à fort potentiel :**
- nombre de PME/ETI à fort potentiel différentes ayant bénéficié d'un plan d'action en France
- nombre de PME/ETI à fort potentiel différentes ayant bénéficié d'un accompagnement individuel et ou collectif à l'étranger.

Des indicateurs d'impact sont en cours de discussion.

Indicateurs régionaux

Nombre de contacts avec les entreprises (dont visites d'entreprises sur site),
Nombre de journées pays,
Nombre de réunions thématiques.

➔ **La remontée des indicateurs sera facilitée par l'outil de reporting en cours de modification (interface web export), lequel sera intégré à la GRC régionale en cours de développement.**

1.2.3 – Les autres acteurs du dispositif d'appui public et privé

Comme l'indique l'état des lieux ci-dessous, de nombreux acteurs économiques gravitent autour de la sphère « International ».

Les acteurs de niveau régional

DIRECCTE (Direction Régionale des Entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l''emploi):
La DIRECCTE Poitou-Charentes assure la promotion des politiques de l'Etat en faveur du développement international des entreprises de notre région. Elle est associée aux actions organisées par le réseau consulaire.
Elle réalise des diagnostics pour les entreprises identifiées dans le cadre du programme ETI/Pépites de la Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services (DGCIS), dont elle assure le suivi, et réoriente vers le point d'entrée fonctionnel, celles potentiellement exportatrices.

La Région Poitou-Charentes :
Dans le cadre des missions qu'elle veut développer et qu'elle a défini dans son Schéma Régional de Développement Economique Ecologique Social et Solidaire (SRDEESS) 2011-2015, la Région accompagne les entreprises pour identifier et conquérir des marchés internationaux en utilisant un dispositif spécifique de soutien financier aux entreprises : le **CORDEEX** étroitement lié à son approche collective « filières ». De même, elle élabore des plans d'internationalisation pour, et, avec les filières ou les groupes d'entreprises ayant les capacités à les mettre en œuvre et à exporter.

Elle a créé une agence régionale à l'internationalisation, à l'exportation et à la relocalisation d'activités (agence virtuelle sans statuts) dont les missions sont de préparer :

1. les orientations en matière de politique régionale à l'exportation, la présence sur les salons, les entreprises ou les filières cibles qui seront encouragées à être présentes sur les marchés extérieurs,

2. les orientations pour encourager les entreprises et les filières à travailler pour renforcer la valorisation en région des produits actuellement exportés sous forme de produits bruts ou semis finis,

3. les actions à mettre en place pour favoriser la relocalisation des productions faites hors de Poitou-Charentes soit parce qu'elles ont été délocalisées par le passé, soit parce qu'elles sont nécessaires au bon fonctionnement de nos entreprises.

Signataire de la convention régionale, elle en assure le pilotage en coordination avec les autres signataires, membres de l'agence régionale de l'internationalisation. De ce fait, il est possible qu'elle occupe prochainement un rôle plus important en matière d'orientations stratégiques en faveur du développement international des entreprises.

La Région n'intervient pas comme opérateur de terrain mais s'appuie sur une structure qu'elle finance : l'ADIT Poitou-Charentes (pôle d'intelligence économique au service des filières identifiées comme prioritaires par la Région). Leurs services sont gratuits pour les entreprises éligibles et l'international ne représente qu'un tiers des dossiers traités.
Jusqu'à présent, la Région fait peu appel au réseau consulaire.

UBIFRANCE :
Créée par décret en janvier 2004, UBIFRANCE, l'Agence française pour le développement international des entreprises, est un Etablissement Public Industriel et Commercial placé sous la tutelle du Ministre de l'Economie, des Finance et de l'Industrie, du Secrétaire d'Etat chargé du Commerce extérieur et de la Direction Générale du Trésor.
UBIFRANCE a repris en gestion directe les Missions Economiques à l'étranger pour la partie de leur activité exclusivement dédiée à l'accompagnement sur place des entreprises. L'agence dispose à présent, en nom propre, de 73 bureaux dans 60 pays et emploie près de 1 400 personnes, réparties à la fois en France et à l'étranger.
Le délégué régional UBIFRANCE, hébergé à la CCIR Poitou-Charentes, facilite la collaboration entre les deux réseaux.

La Direction régionale des Douanes :
La collaboration engagée entre la CCIR et la Douane porte principalement sur 2 axes :
- l'étude annuelle du commerce international en Poitou-Charentes
- des réunions conjointes pour présenter aux entreprises les évolutions réglementaires et les facilitations douanières.

En 2012, des actions seront menées avec la CCIR pour sensibiliser les entreprises régionales à l'enjeu que présente l'obtention de la certification d'opérateur économique agréé (OEA) pour un exportateur.

COFACE :
Organisme d'assurance majeur, Coface est une Société d'assurance de droit privé qui gère pour le compte et avec la garantie de l'Etat, des garanties publiques destinées à encourager et soutenir les exportations françaises : assurance prospection, assurance risque exportateur caution et préfinancement, assurance crédit pour les contrats ayant une durée d'exécution longue et / ou financés à plus de 2 ans, assurance change, assurance investissement. COFACE est associée aux réunions de rencontres avec des entreprises organisées par CCI INternational.

OSEO :
Financeur dans la démarche export, et, organisme de soutien à l'innovation, OSEO fait également partie de l'équipe de France de l'export et détient une place de plus en plus importante dans le processus d'accompagnement à l'international. OSEO participe aux manifestations régionales organisées par notre réseau.

Le réseau Entreprise Europe Sud Ouest France (EENSOF):
Le réseau ENTREPRISE EUROPE, piloté par la CCIR et OSEO en Poitou-Charentes, dispose de 600 points de contacts dans 40 pays de l'UE des 27 ainsi que d'autres pays. Ce réseau est associé à la programmation annuelle de CCI International.

Le Comité régional des CCEF Poitou-Charentes
35 CCEF sont regroupés au sein du Comité Poitou-Charentes. Leur mission consiste à appuyer les pouvoirs publics dans leurs actions pour le développement international des entreprises. Ce réseau est peu connu en Poitou-Charentes et il existe jusqu'à présent peu de synergie entre le réseau CCEF et les chambres consulaires pour l'accompagnement des entreprises à l'international. Il est essentiellement actif sur la promotion du dispositif VIE. Signataire de la charte régionale de l'exportation, les CCE seront davantage sollicités par notre réseau, notamment dans le cadre du portage de primo exportateurs.

La Chambre régionale de Métiers et de l'Artisanat et, la Chambre régionale d'Agriculture Poitou-Charentes : Elles n'ont plus, depuis plusieurs années, de service dédié à l'appui à l'international des entreprises. La CRMA, au travers de ses chargés de mission « Innovation », détecte des potentiels exportateurs parmi ses ressortissants et un accord pourrait intervenir avec la CCIR pour que le relai soit pris par CCI International.

Futurallia :
Créée en 2001 sous forme d'association loi 1901, fiscalisée, Futurallia dispose d'un réseau de partenaires dans une trentaine de pays du monde. Toutes les CCIT de la région sont adhérentes. Les CCI de la Vienne, d'Angoulême et de La Rochelle disposent de sièges au conseil d'administration, respectivement en tant que vice-président, trésorier et secrétaire. L'objet de Futurallia est d'organiser des forums d'affaires en B2B en France et à l'étranger. Le montant du chiffre d'affaires réalisé varie entre 300 et 400 K€. Elle a eu recours à trois reprises à des VIE pour les pays suivants : Qatar et USA.

Les acteurs économiques privés sont nombreux : banques, experts comptables, consultants, avocats.
Complémentaires au rôle des CCI, certains d'entre eux mènent des actions en Poitou-Charentes et à l'étranger.

Des groupements professionnels régionaux
Ils sont engagés à l'international et mènent, ponctuellement, des actions en partenariat avec le réseau consulaire :

- SPN (filière TIC) labellisé « Grappe d'entreprises »
- ARIA (filière agro-alimentaire)
- Futurobois (filière bois)
- Atlanpack (Filière Emballage).

Autres filières et réseaux d'entreprises
D'autres réseaux d'entreprises assurent la promotion de leur filière à l'étranger mais ne sollicitent que très ponctuellement le concours du réseau consulaire pour l'approche des marchés étrangers :

- La **filière des industries nautiques**
- Le **Pôle Aliments Santé** (entreprises agroalimentaires axées sur les enjeux nutritionnels)
- **Aeroteam** (acteurs régionaux de l'aéronautique et du spatial)
- Le **Pôle des Eco-industries** (acteurs régionaux impliqués dans la lutte contre le réchauffement et dans la préservation de l'environnement)
- Le **Cluster Eco-habitat** (acteurs de l'éco-construction)
- Le **Biopôle Santé** (réseau d'experts en biologie, eau et agronomie)
- **L'Institut National de Design Packaging**
- **EI2S** (association de soutien au développement durable des entreprises du Grand Ouest)
- **16000 Images** (professionnels de l'image)

Toutes ces filières font partie d'un plan de développement que la Région Poitou-Charentes accompagne.

Il n'existe plus de pôle de compétitivité labellisé dans notre région, suite à l'absorption du pôle MTA par MOVEO.

Les acteurs au plan local

Certaines collectivités territoriales (Conseils Généraux, Communautés d'Agglomérations, Communautés de Communes) développent des stratégies et des compétences en faveur du développement international des entreprises.

Les clubs export de Poitou-Charentes
Il existe un club export par département : Charentexport (16) – Futurexport (86) – Club Deux-Sèvres International (79) - I.C.M. : le Club International Charente-Maritime (17).
Ils sont animés localement par les CCI et comptent un peu plus de **220 exportateurs** qui se réunissent régulièrement autour de thèmes fédérateurs en faveur du développement international des entreprises.
Ces 4 clubs export sont regroupés au sein d'une fédération régionale, Poitou-Charentes International, actuellement en sommeil. Le siège de PCI est domicilié à la CCIR.

La liste détaillée des acteurs locaux spécifiques aux 6 circonscriptions consulaires est jointe en annexe.

2 –Stratégie

L'internationalisation des entreprises constitue une composante forte du cœur de métiers du réseau consulaire. Les CCI de Poitou-Charentes ont décidé d'en faire une priorité et d'élaborer une stratégie régionale dont l'ambition est de favoriser l'accès d'un plus grand nombre d'entreprises à la dimension « International », ce qui implique l'ensemble des collaborateurs de l'Appui aux entreprises, et plus particulièrement, ceux travaillant dans les domaines de l'innovation et de l'industrie.
En effet, le lien entre exportation et innovation n'est plus à démontrer, et l'on sait, aujourd'hui, que quatre entreprises innovantes sur cinq exportent ; l'innovation devient essentielle pour les entreprises qui souhaitent obtenir des parts de marché à l'étranger, et ce sont les entreprises innovantes qui présentent le plus fort potentiel de développement à l'international.

A noter que ce schéma se limitera au volet export. La dimension « attractivité du territoire » ou « recherche de nouveaux investisseurs étrangers » ne sera pas abordée dans ce document.

Cette stratégie partagée définira le cadre de travail pour le plan d'action à mettre en œuvre par l'ensemble du réseau.

La politique du réseau à l'international s'appuie sur une **stratégie en 4 axes** :

1. **Organiser et faire fonctionner le réseau**
2. **Actualiser le métier et les compétences des CCI**
3. **Structurer l'offre de services en fonction de l'expérience internationale des entreprises**
4. **Développer le partenariat avec d'autres opérateurs**

2.1 – Organiser et faire fonctionner le réseau

Conformément aux textes proposés pour la réforme des CCIR prévoyant la régionalisation de l'organisation à l'international, l'organisation régionale mise en place en Poitou-Charentes début 2012 a des missions et des fonctions définies. Cette organisation devra être évolutive pour correspondre aux attentes prévisibles pour les quatre ans à venir.

3 orientations d'actions sont un préalable indispensable à l'efficience de cette organisation :

- **Définir des modes de fonctionnement** cohérent entre le niveau local et la politique régionale définie.

- **Mutualiser un certain nombre de moyens et d'outils** à l'échelle régionale, favorisant le travail de chacun en les dotant de moyens et supports actuels efficaces au bénéfice du temps d'accompagnement du chef d'entreprise.

- **Définir une politique de communication puissante et appropriée**

Les 3 axes stratégiques suivants permettront de répondre également à cette attente.

2.2 – Actualiser le métier et les compétences des CCI

L'environnement de l'international des entreprises se modifie. Le contexte même évolue et fait apparaître des acteurs plus structurés et volontaires (banques, UBIFRANCE,…) et des initiatives multiples. Le réseau n'a pas l'exclusivité de l'offre à l'international. Il apparaît donc indispensable de repréciser son rôle et de clarifier, tout en l'affirmant, son périmètre d'action.

L'approche de 1er niveau technique au contact de l'entreprise.
Chaque conseiller d'entreprise des CCI doit connaître les éléments clés d'une dimension internationale de l'entreprise et pouvoir faire appel à une expertise confirmée, celle du conseiller en développement international (CDI).

Sur la base de l'organisation des métiers en filières, une approche sectorielle est à mener avec les associations représentatives de ces filières. Une expérimentation a été menée en 2011 – 2012 avec la filière TIC qui a produit des résultats très positifs puisqu'elle a permis l'émergence simultanée de 7 nouveaux exportateurs qui partagent un VIE au travers de leur structure sectorielle (SPN).
Des actions similaires seront menées avec d'autres filières identifiées dans notre région (voir liste § 1.2.3. du présent document).
Les filières sont pour la plupart organisées de manière associative, ces associations disposent de moyens disparates en ressources financières et humaines.
La maturité des adhérents est inégale par rapport à une approche export, nous avons dans ce schéma, pris l'hypothèse, selon laquelle nous travaillerons, à effectif constant, consécutivement avec les filières au fil de leur maturité, besoin et volonté d'aller à l'international. S'il s'avérait que nous devions mener de front des travaux pour plus de deux filières à la fois, il conviendrait alors de redéfinir les priorités d'action et de répartir les missions des conseillers.

Le rôle d'animateur des CDI dans le domaine de l'international
C'est un rôle important et à renforcer, si nécessaire, en lui apportant une matière plus diversifiée et un outil de fonctionnement structuré (type gestion de communautés). Ce rôle se traduit, notamment, par l'accompagnement des clubs exports qui regroupe bon nombre d'entreprises exportatrices (ou candidates) et représente un creuset essentiel d'échanges, de contacts,…

En complément de leurs expertises techniques, les CDI ont parfois à transmettre leur savoir et exercer **un rôle de formateur**, c'est le cas pour les autodiagnostics export.

La **formation permanente des CDI**,
Elle est indispensable car la réglementation, les conditions de marchés, évoluent sans cesse et le niveau d'exigence des entreprises croît également.
Se basant sur ces éléments, il conviendra d'établir pour les années à venir un plan régional de formation annuel, en lien avec le service régional Ressources Humaines de la CCIR.

2.3 – Structurer l'offre de services en fonction de l'expérience internationale des entreprises

Les besoins des entreprises sont différents selon leur structure, leur secteur, leurs marchés, etc. Il est nécessaire d'adapter l'offre au plus près des besoins des entreprises en la segmentant en fonction de leur position par rapport à l'international :

A - les entreprises primo exportatrices

Par primo-exportateur, on entend une PME/ETI qui n'exporte pas, qui est très peu exportatrice (moins de 10% de son CA), ou qui exporte très irrégulièrement (pas d'exercices successifs avec plus de 10% de son CA).

B - Les entreprises à fort potentiel

Par PME/ETI à fort potentiel, on entend des entreprises qui disposent d'un potentiel de développement export lié à une innovation technologique, ou à un avantage concurrentiel lié à un produit ou à un service innovant et qui :

B1. soit n'exportent pas
B2. soit sont déjà présentes à l'international mais ne s'inscrivent pas dans une stratégie de développement ambitieuse
B3. soit sont déjà présentes à l'international mais souhaitent mettre en œuvre une stratégie de développement sur de nouveaux marchés.

C - Les entreprises structurées à l'international

Afin de satisfaire chacune des 3 catégories d'entreprises, l'offre sera segmentée comme suit :

A - Les entreprises primo exportatrices

Pour les informer :
Information sur l'environnement réglementaire ou technique
Journées pays
Permanences avec les partenaires du commerce international en région
Manifestations, Forums de l'international
Les clubs d'entreprises (export)

Pour les aider à préparer leur développement international :
Reflex export
Pré-diagnostic
Aide à l'identification, l'analyse et la sélection de marchés cibles
Accompagnement à l'élaboration d'un plan d'actions export et accompagnement dans la durée
Aide au financement de la démarche export

Pour les aider à se structurer à l'international (volet RH /formation) :
Réflexe RH international
Promotion du dispositif VIE (via une structure porteuse comme un cluster)
Formations au commerce international (autodiag export)
Groupements d'entreprises

Pour les accompagner sur les marchés étrangers :
Test produit / marché
Missions de prospection (individuelle ou collective)
Salons internationaux
Conventions d'affaires, rencontres d'acheteurs (France / étranger)

B - Les entreprises à fort potentiel

1. Pour la catégorie qui n'exporte pas : segmentation identique à celle des primo exportateurs (ci-dessus)

2. Pour la catégorie déjà présente à l'international mais qui ne s'inscrit pas dans une stratégie de développement ambitieuse

Pour les informer :
Information sur l'environnement réglementaire
Journées pays
Réunions thématiques
Permanences avec les partenaires du commerce international en région
Manifestations, Forums de l'international
Mise en réseaux d'entreprises

Pour les aider à préparer leur développement international :
Aide à l'identification, l'analyse et la sélection de marchés cibles
Accompagnement à l'élaboration d'un plan d'actions export et accompagnement dans la durée
Aide au financement de la démarche export

Pour les aider à se structurer à l'international (volet RH /formation) :
Réflexe RH international
Promotion du dispositif VIE
Action en faveur des groupements

Pour les accompagner sur les marchés étrangers :
Test produit / marché
Missions de prospection (individuelle ou collective)
Salons internationaux
Conventions d'affaires, rencontres d'acheteurs (France / étranger)

3. Pour la catégorie déjà présente à l'international et qui souhaite se développer sur de nouveaux marchés : offre identique à celle des entreprises structurées à l'international (ci-dessous)

C - Les entreprises structurées à l'international

Pour les informer :
Information sur l'environnement réglementaire
Journées pays
Réunions thématiques
Permanences avec les partenaires du commerce international en région
Manifestations, Forums de l'international
Mise en réseaux d'entreprises

Pour les aider à préparer leur développement international :
Aide au financement de la démarche export

Pour les aider à se structurer à l'international (volet RH /formation) :
Promotion du dispositif VIE

Pour les accompagner sur les marchés étrangers :
Test produit / marché
Missions de prospection (individuelle ou collective)
Salons internationaux
Conventions d'affaires, rencontres d'acheteurs (France / étranger).

Dans tous les cas, apparait le besoin de décomplexer les chefs d'entreprise par rapport à la nécessaire maîtrise des langues étrangères. Des initiatives telles que « English Business Breakfast » pourraient être multipliées.

A. Les entreprises primo exportatrices
B. Les entreprises à fort potentiel
B1. n'exportent pas
B2. sont déjà présentes à l'international mais ne s'inscrivent pas dans une stratégie de développement ambitieuse
B3. sont déjà présentes à l'international mais souhaitent mettre en œuvre une stratégie de développement sur de nouveaux marchés.
C. Les entreprises structurées à l'international

Typologie

	A	B1	B2	B3	C
Pour les informer					
Information sur l'environnement réglementaire	X	X	X	X	X
Information technique (1er conseil)					
Journées pays	X	X	X	X	X
Journées thématiques	X	X	X	X	X
Permanences avec les partenaires du commerce international en région	X	X	X	X	X
Manifestations, Forums de l'international	X	X	X		
Les clubs d'entreprises (export)	X	X	X		
Pour les aider à préparer leur développement international					
Reflex export	X	X			
Pré-diagnostic	X	X			
Aide à l'identification, l'analyse et la sélection de marchés cibles	X	X	X		
Accompagnement à l'élaboration d'un plan d'actions export et accompagnement dans la durée	X	X	X		
Aide au financement de la démarche export	X	X	X	X	X
Pour les aider à se structurer à l'international (volet RH / formation)					
Réflexe RH international	X	X	X		
Promotion du dispositif VIE (via une structure porteuse comme un cluster)	X	X	X	X	X
Formations au commerce international (autodiag export)	X	X			
Groupements d'entreprises	X	X	X		
Pour les accompagner sur les marchés étrangers					
Test produit / marché	X	X	X	X	X
Missions de prospection (individuelle ou collective)	X	X	X	X	X
Salons internationaux	X	X	X	X	X
Conventions d'affaires, rencontres d'acheteurs (France / étranger)	X	X	X	X	X

Une approche similaire sera appliquée aux filières tenant compte des spécificités des métiers.

2.4 – Développer le partenariat avec d'autres opérateurs

Le réseau a déjà engagé des partenariats avec quelques acteurs de l'international. Il s'agit d'aller au-delà, en identifiant les structures et opérateurs les plus actifs et pertinents, complémentaires à nos savoir-faire.

Ainsi, trois éléments stratégiques sont proposés :

A. Établir des **accords de partenariat avec d'autres structures** (banques et experts comptables) pouvant faire effet de levier, en particulier sur les nouveaux exportateurs.

B. **S'ouvrir à l'interrégional** sur le schéma EEN (Entreprise Europe Network) et UBIFRANCE qui couvrent la même inter région SUD OUEST : Aquitaine – Limousin- - Midi-Pyrénées et Poitou-Charentes **et au national,** au travers du pilotage d'actions labellisées. Des actions communes donneraient une visibilité plus grande et un degré d'attraction plus intense.

C. Définir un **mode de fonctionnement en inter consulaire** via le CIPC (Comité Interconsulaire Poitou-Charentes) qui regroupe la CCI de région– la Chambre régionale de Métiers et de l'Artisanat – la Chambre régionale d'Agriculture – la Chambre Régionale des entreprises de l'Economie Sociale, pour permettre aux ressortissants des trois autres réseaux d'être accompagnés par CCI International pour toute question nécessitant une expertise à l'exportation.

   Une détection commune des étrangers présents sur notre territoire pourrait nous amener à utiliser leurs réseaux.

GOUVERNANCE

Celle-ci est assurée par la Commission régionale « International » de la CCIR Poitou-Charentes. Elle est chargée de mettre en œuvre cette stratégie et de suivre le plan d'action ainsi défini. La commission pourra assurer l'état d'avancement, infléchir si nécessaire les axes stratégiques initiaux, et rendre compte au bureau de la CCIR.

3 – Plan d'actions

3.1 – Déclinaison des 4 axes stratégiques

Axe 1 : Organiser et faire fonctionner le réseau	
Action 1 : Définir des modes de fonctionnement dans une logique de cohérence entre le niveau local et la politique régionale définie	
Objectifs	**Indicateurs**
Organiser l'échange d'informations entre les 7 points du réseau	Mise en place de procédure
Action 2 : Mutualiser un certain nombre de moyens et d'outils	
Objectifs	**Indicateurs**
Optimiser la connaissance des entreprises et la promotion de nos actions par l'utilisation d'un outil partagé	Mise en place opérationnelle d'une GRC régionale
Action 3 : Définir une politique de communication puissante et appropriée	
Objectifs	**Indicateurs**
Définir une stratégie de communication **Voir fiche action N° 10**	Plan de communication opérationnel Mesure d'impact

Axe 2 : Actualiser le métier et les compétences des CDI	
Action 1 : Actualiser le métier et les compétences des CDI	
Objectifs	**Indicateurs**
Préciser le champ d'intervention du CDI et identifier et formaliser les compétences requises correspondances en fonction de 3 dimensions : - la dimension conseil - la dimension animation - la dimension formation	Elaboration d'une fiche fonction du CDI en déclinaison du guide des bonne pratiques (ACFCI) en cours d'actualisation qui norme le métier et les compétences des CDI

Axe 3 : Structurer l'offre de services en fonction de l'expérience internationale des entreprises :

3 cibles d'entreprises

A. Les entreprises primo exportatrices

B. Les entreprises à fort potentiel
B1*. n'exportent pas*
B2*. sont déjà présentes à l'international mais ne s'inscrivent pas dans une stratégie de développement ambitieuse*
B3*. sont déjà présentes à l'international mais souhaitent mettre en œuvre une stratégie de développement sur de nouveaux marchés.*

C. Les entreprises structurées à l'international

L'offre de service CCI International se décline en prestations individuelles et collectives et distingue 2 approches : l'appui au développement international « standard » et l'appui au développement international « approche filières ». Elle intègre également des actions de sensibilisation pour la mise en œuvre des objectifs inscrits dans la convention régionale de l'exportation (cf. § 1.2.2.7 Objectifs)

L'offre CCI International propose plusieurs actions adaptées à ces 3 catégories d'entreprises :

Action 1 : Parcours primo exportateurs

Objectifs	Indicateurs
Cible : A + B1 Accompagner l'entreprise dans ses premiers pas à l'exportation **Voir fiche action N°1 en annexe**	Nombre de primo exportateurs détectés et accompagnés

Action 2 : Tour du monde en 8 heures

Objectifs	Indicateurs
Cible : A B C Permettre aux PME de la région de rencontrer des spécialistes pays, des experts filières et/ou thématiques **Voir fiche action N°2 en annexe**	Nombre d'inscrits Nombre de RV Evaluation des participants Evaluation des partenaires Indicateurs de suivi

Action 3 : Forum emploi international

Objectifs	Indicateurs
Cible : A B C Aider à la structuration de l'activité internationale des entreprises. Mettre en contact des entreprises ayant une activité à l'international avec des candidats étudiants en recherche d'emploi, de stages ou de VIE Valoriser l'emploi à temps partagé entre les entreprises ou via des groupements d'employeurs **Voir fiche action N°3 en annexe**	Nombre de participants : entreprises et étudiants Nombre de rendez-vous individuels Nombre de participants aux ateliers Nombre de VIE recrutés par les entreprises

Action 4 : Formation autodiagnostic export

Objectifs	Indicateurs
Cible : A + B1 Aider l'entreprise à se préparer à une démarche export et à définir son plan d'action à l'international **Voir fiche action N°4 en annexe**	Nombre d'entreprises participantes Evaluation par les entreprises Degré de mise en œuvre
Action 5 : Action Portage	
Objectifs	**Indicateurs**
Cible : A B C Faire connaître et utiliser le portage d'entreprise et ses différentes formes **Voir fiche action N°5 en annexe**	Nombre d'entreprises utilisatrices
Action 6 : Journées pays	
Objectifs	**Indicateurs**
Cible : A B C Sensibiliser les entreprises à l'approche d'un ou plusieurs pays **Voir fiche action N°6 en annexe**	Nombre d'entreprises participantes Evaluation par les entreprises Evaluation par les partenaires
Action 7 : Forums multisectoriels à l'étranger (fiche action basée sur Futurallia Istanbul 2013)	
Objectifs	**Indicateurs**
Cible : A B C Permettre aux entreprises de développer des partenariats **Voir fiche action N°7 en annexe**	Nombre d'entreprises participantes Evaluation par les participants
Action 8 : Accompagnement filières (fiche action basée sur la filière TIC)	
Objectifs	**Indicateurs**
Cible : A B Contribuer au développement international des entreprises du secteur des TIC **Voir fiche action N°8 en annexe**	Nombre d'entreprises / adhérents du SPN ayant engagé une démarche d'exportation
Action 9 : Club export	
Objectifs	**Indicateurs**
Cible : A B C Favoriser les rencontres interentreprises **Voir fiche action N°9 en annexe**	Nombre d'adhérents Taux de fidélisation Nombre de réunions Nombre de participants par réunion

Axe 4 : Développer le partenariat avec d'autres opérateurs	
Action 1 : Etablir des accords de partenariat avec d'autres structures	
Objectifs	**Indicateurs**
Mettre en complémentarité les actions et les moyens des acteurs intervenant sur le développement international des entreprises en formalisant des accords . Identifier les complémentarités . Identification de nouveaux exportateurs . Opérations communes Poursuivre le développement des partenariats avec les filières sectorielles Formaliser dans le cadre de l'action de portage un accord avec un ou des groupements d'employeurs pour porter des VIE à temps partagé	Nombre de nouveaux exportateurs remontés par les partenaires Conventions signées Nombre d'opérations communes
Action 2 : S'ouvrir à l'interrégional et au national	
Objectifs	**Indicateurs**
Mise en place d'actions communes avec des régions voisines ou régions ayant les mêmes thématiques fortes en vue d'opérations conjointes. Pilotage d'une action labellisée du Programme France	Nombre d'actions communes Nombre d'actions labellisées portées par le réseau CCI International
Action 3 : Définir un mode de fonctionnement interconsulaire	
Objectifs	**Indicateurs**
Positionner CCI international comme réseau d'expertise à l'international au service des ressortissants des chambres de métiers, d'agriculture et des entreprises de l'économie sociale	Nombre d'entreprises apportées par les 3 autres réseaux pour un accompagnement par CCI International

3.2 Ventilation ETP par action

ACTIONS	FICHE	ETP CDI (1)
1- Appui au développement international « Approche standard » **1.1Approche individuelle** . Parcours primo exportateurs . Entreprises à fort potentiel . Entreprises structurées à l'international **1.2Approche collective** **. 6** actions du programme France Export : elles seront sélectionnées quand le programme France sera défini. Elles tiendront compte des approches filières . Tour du monde en 8 heures . Forum emploi international . Formation autodiagnostic export . Portage Ce volet intègre également les actions permettant d'atteindre les objectifs de sensibilisation et de suivi inscrits dans la convention régionale de l'exportation (cf. § 1.2.2.7 Objectifs)	**N°1** **N° 2** **N° 3** **N° 4** **N° 5**	**7,2**
2- Appui au développement international « Approche filières » **2.1. Filière géographique** **2.1.1 Approche individuelle (conseil - information)** **2.1.2Approche collective** Journée pays Futurallia Istanbul **2.2 Filière sectorielle** Accompagnement filière TIC Accompagnement filière IAA Accompagnement filière aéronautique	**N° 6** **N° 7** **N° 9**	**3**
3- Club export Animation club export	**N° 8**	**1,4**
4 – Outils transversaux dont management du WTC		**0,30**
TOTAL ETP		**11,90**

NB : Les formalités internationales ne sont plus effectuées par CCI International et ne sont pas comptabilisées dans l'ETP CDI.

3.3 – Evaluation du besoin en ressources fiscales pour 2013

Mission Appui aux entreprises / Programme développement international

Prévisionnel 2013

	Ressources fiscales à affecter aux actions		
Postes budgétaires	**Salaires chargés**	**Charges directes * (hors salaires)**	**Déficit actions**
Masse salariale chargée (**)	690 000,00 €	300 000,00 €	
Communication CCI international			15 000,00 €
Mailings CCIR + CCIT			15 000,00 €
Tour du Monde			15 000,00 €
Forum			8 000,00 €
Portage			8 000,00 €
Journées Pays			3 000,00 €
Futurallia Turquie			3 500,00 €
TOTAL	690 000,00 €	300 000,00 €	67 500 €
Budget prévisionnel global	**1 057 500,00 €**		

*Charges directes dont :

- Achats divers
- Prestations externes
- Location et maintenance de véhicules
- Frais de réception
- Frais de déplacement
- Honoraires
- Cotisations

(**) Comprend les effectifs hors assistantes listés au chapitre 1.2.2.3

ANNEXES

Annexe 1 : Composition de la Commission régionale « International »

Annexe 2 : Fiches actions

Annexe 1 : Composition de la commission régionale « International »

Mandature 2011 - 2015

CCIT	Elus titulaires	Elus suppléants	Permanents CCIT
Vienne	David Cottereau	Eric Lenoir	Frédérique Dieumegard et Catherine Légeron
Angoulême	Daniel Braud	Frédéric Lippi	Laurent Bournoville et Bernadette Villatte
Deux-Sèvres	Jean-Luc Baley	Jacques Rougier	Françoise Ménétrier
La Rochelle	Dominique Blanchard	Jean-Louis Forgeard-Grignon	Sophie Fouray
Cognac	Christian Delage	-	Dominique Pelletier
Rochefort & Saintonge	Jean-Pierre Isidore	-	Jean-Philippe Riollet

Annexe 2 : Fiches actions

Fiche action N° 1 : Parcours Primo exportateurs

Fiche action N° 2 : Tour du monde en 8 heures

Fiche action N° 3 : Forum de l'emploi international

Fiche action N° 4 : Formation autodiagnostic export

Fiche action N° 5 : Portage

Fiche action N° 6 : Journée pays

Fiche action N° 7 : Forums multisectoriels à l'étranger

Fiche action N° 8 : Accompagnement filière

Fiche action N° 9 : Club export

Fiche action N° 10 : Communication

FICHE ACTION : n°1

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Parcours primo-exportateur

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises.

Responsable projet	CCI International
Objectifs de l'action	Accompagner l'entreprise dans ses premiers pas à l'exportation
Description de l'action	Elle comporte 5 phases : 1 - Connaitre sa capacité à exporter - Evaluer l'aptitude à exporter de l'entreprise - Identifier les pré-requis nécessaires à la réussite du projet export - Aider à la définition d'un plan d'actions et d'un budget prévisionnel 2 – Maitriser les techniques exports - Formation collective à une 1ère approche export (3 ½ journées) avec des outils d'application simples à utiliser : calcul du prix export, conditions de vente, aspects juridiques et financiers, propriété industrielle… - Suivi individuel (1/2 journée) dans l'entreprise 3 – Déterminer et travailler le marché cible - Identifier les marchés d'intérêt : évaluation du potentiel des produits et/ou savoir-faire - Publication du profil de l'entreprise vers des clients potentiels étrangers - Recueil d'informations juridique, règlementaire et technique - Mise en relation avec des experts 4 – Se déplacer à l'étranger - Rencontre de partenaires potentiels : • Rendez-vous avec des acteurs locaux en lien avec le secteur d'activité de l'entreprise + • Rendez-vous d'affaires individuels - Visite d'entreprises, de salons, de forums 5 – Capitaliser sur les contacts - Suivi du projet de l'entreprise pendant 2 ans par CCI International et son réseau de partenaires Et 2 mesures d'accompagnement : 1 – Le parrainage de votre projet par un exportateur confirmé 2 – La participation gratuite pendant 1 an à la vis du club export local

Moyens humains	Partie des 812 jours ETP du point 1 : Appui au développement international toutes typologies d'entreprise
Moyens techniques	Prédiag Formations Ciblage marché Missions à l'étranger Suivi
Moyens financiers	ETP
Calendrier	Durée de l'action de 12 à 18 mois plus suivi du projet 2 ans
Indicateurs	Nombre d'entreprises sensibilisés Nombre de primo ayant suivi le parcours

FICHE ACTION : n°2

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Tour du monde en 8 heures

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises

Responsable projet	CCI International / CCI Angoulême
Objectifs de l'action	Permettre au PME de la région de rencontrer des spécialistes pays, filières et des experts thématiques, sur un même lieu en une journée.
Description de l'action	- - Rendez-vous individuels avec professionnels de l'export : CCIFE, Ubifrance … - Conférences thématiques - Stands : Coface, OSEO, CCEF…
Moyens humains	Partie des 812 jours ETP du point 1 : Appui au développement international toutes typologies d'entreprise
Moyens techniques	Logiciel spécifique Mailing Communication Location de salles Logistique hôtellerie, restauration et transport
Moyens financiers Hors ETP	Recettes : 20 000 € Dépenses : 35 000 € Contribution financière CCIR : 15 000 €
Calendrier	Juin 2013 – Espace Carat Angoulême
Indicateurs	Nombre d'inscrits Nombre Rendez-vous Evaluation des participants Evaluation des partenaires

FICHE ACTION : n°3

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Forum emploi international

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises.

Responsable projet	CCI International
Objectifs de l'action	Organiser un forum qui permette de mettre en contact des entreprises ayant une activité internationale avec des candidats étudiants en recherche d'emploi, de stages ou de VIE. Valoriser l'emploi à temps partagé entre les entreprises ou via des groupements d'employeurs
Description de l'action	1- Organisation de rendez-vous individuels (entreprises-candidats) 2- Stands partenaires (informations - rendez-vous) 3- Ateliers d'informations (VIE, temps partagé à l'export, service volontaire européen…)
Moyens humains	Partie des 812 jours ETP du point 1 : Appui au développement international toutes typologies d'entreprise
Moyens techniques	Salles et amphi (SUP de CO ou autres écoles d'ingénieurs) Communication Stands
Moyens financiers Hors ETP	Contribution financière CCIR : 8 000 €
Calendrier	Novembre 2013 - La Rochelle (à valider)
Indicateurs	Nombre de participants : entreprises et étudiants Nombre de rendez-vous individuels Nombre de participants aux ateliers Nombre de VIE recrutés par les entreprises

FICHE ACTION : n°4

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Formation autodiagnostic export

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises.

Responsable projet	CCI International
Objectifs de l'action	Aider l'Entreprise à se préparer à une démarche export et à définir son plan d'action à l'international
Description de l'action	3 demi-journées de formation par atelier thématique Une demi-journée d'application dans l'entreprise Session de 5 à 6 entreprises
Moyens humains	Partie des 812 jours ETP du point 1 : Appui au développement international toutes typologies d'entreprise
Moyens techniques	Salle de réunion Support power point Dossier papier remis à l'entreprise
Moyens financiers	Budget équilibré
Calendrier	1 session par semestre
Indicateurs	Nombre d'entreprises participantes Evaluation par les entreprises Degré de mise en œuvre

FICHE ACTION : n°5

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Portage

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises.

Responsable projet	CCI International
Objectifs de l'action	Faire connaitre et utiliser le portage d'entreprise et ses différentes formes
Description de l'action	Action régionale en 3 étapes à mener sur 3 ans : - 2013 : identification des formes de portage et des cibles d'entreprises concernées - 2014 : mise en œuvre du portage - 2015 : bilan sur la forme de l'action et sur les résultats pour les entreprises
Moyens humains	Partie des 812 jours ETP du point 1 : Appui au développement international toutes typologies d'entreprise
Moyens techniques	
Moyens financiers	Contribution financière CCIR : 8000 €
Calendrier	2013 à 2015
Indicateurs	Utilisation du portage par les entreprises Objectif : 5 à 10 entreprises sur le Poitou-Charentes

FICHE ACTION : n°6

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Journée pays

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises

Responsable projet	CCI International
Objectifs de l'action	Sensibiliser les entreprises à l'approche d'un ou plusieurs pays
Description de l'action	Une conférence pays, suivi de rendez-vous individuels. Des intervenants, en général provenant des CCIFE et d'UBIFRANCE
Moyens humains	Partie des 357 jours ETP du point 2 : Appui au développement international filière
Moyens techniques	Salle de réunion Salle de réunion Support power point et dossier papier remis à l'entreprise
Moyens financiers	500 € par intervenant Pour 2013, du fait de l'existence du « Tour du monde en 8 heures »: compter 4 Journées Pays et 6 intervenants soit 3000 € (contribution financière de la CCIR)
Calendrier	2 par semestre
Indicateurs	Nombre d'entreprises participantes Evaluation par les entreprises

FICHE ACTION : n°7

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Forums multisectoriels à l'étranger (fiche action basée sur Futurallia Istanbul 2013)

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises

Responsable projet	CCI International
Objectifs de l'action	Mission à l'étranger dans un contexte sécurisé, ayant pour but d'offrir aux entreprises de la région des rendez-vous individuels auprès des entreprises turques et d'autres pays pour développer des partenariats
Description de l'action	Conduire une délégation d'entreprises de la région à Futurallia Istanbul Rendez-vous B to B, sur 2 jours, et mission de prospection de 2 jours Dossier de labellisation à présenter à Ubifrance pour 10 entreprises
Moyens humains	Partie des 357 jours ETP du point 2 : Appui au développement international filière
Moyens techniques	Mailing, phoning, réunions et visites.
Moyens financiers	Les commissions couvrent en partie les frais de promotion : prévoir 1000 € supplémentaire. Frais d'accompagnement et de préparation des 2 jours post forum : 2500 € Contribution financière CCIR : 3500 €
Calendrier	6 et 7 juin 2013
Indicateurs	Nombre d'entreprises participantes Evaluation par les participants

FICHE ACTION : n°8

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Accompagnement filière (fiche d'action basée sur filière TIC)

Axe stratégique / orientation :

Responsable projet	CCI INTERNATIONAL / C. LEGERON
Objectifs de l'action	Contribuer au développement international des entreprises du secteur des TIC
Description de l'action	Dans le cadre d'une convention de partenariat avec le SPN (ReSeau des Professionnels du Numérique) : - Détection d'entreprises - Identification du besoin d'accompagnement à l'international - Organisation d'actions d'information (réunion thématiques) - Organisation d'actions de prospection (missions collectives) - Organisation d'actions de formation (autodiag) - Suivi des entreprises Participation à la définition de la stratégie internationale du SPN
Moyens humains	1 CDI Pilote + 1 CDI référent pays, soit 53 jours ETP + temps CDI pré-diagnostic + stagiaire pour thématique spécifique si nécessaire
Moyens techniques	- Fichier partagé pour suivi des entreprises - Prêt de salles de réunion - Sélection d'intervenants - Validation des contenus des interventions techniques
Moyens financiers	- Rémunération stagiaire Prise en charge partagée des frais de venue d'intervenants
Calendrier	5 actions dans l'année
Indicateurs	- Nombre d'inscrits - Evaluation des participants

FICHE ACTION : n°9

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Club export

Axe stratégique : Axe 3 – Structure l'offre de services en fonction de l'expérience international des entreprises

Responsable projet	CCI International /CCIT
Objectifs de l'action	Favoriser les rencontres inter entreprises pour développer des échanges d'expériences … Aider, les structures associatives d'entreprise ou club d'affaires à l'international, à définir ses programmes d'action et à les mettre en œuvre
Description de l'action	Mise en place de programme Recherche d'intervenants Invitation aux participants Animation des réunions…
Moyens humains	155 jours ETP du point 3 : Animation club export
Moyens techniques	Locaux et logistique des CCI
Moyens financiers	Analyse à effectuer pour chaque club départemental
Calendrier	Réunions mensuelles
Indicateurs	Nombre d'adhérents Taux de fidélisation Nombre de participants par réunion

FICHE ACTION : n°10

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : International

Nom de l'action : Communication

Axe stratégique /orientation : Axe 1 Organiser et faire fonctionner le réseau

Responsable projet	CCI INTERNATIONAL
Objectifs de l'action	Améliorer le positionnement et la promotion du réseau CCI International par une meilleure lisibilité des actions menées et de leur impact
Description de l'action	Elaborer une stratégie de communication du réseau Définir un plan de communication pour la promotion du numéro vert en direction des entreprises régionales et plus particulièrement les entreprises potentiellement exportatrices (ciblage à partir de Diane) Réalisation de supports : - Programme annuel régional - Etude du commerce international en Poitou-Charentes - Plaquette de l'offre CCI International - Différents outils à la signature du réseau (maquette fiche produit, papier en-tête, chemise, bandeaux de mail … Communication à l'international harmonisée sur les sites des CCI
Moyens humains	ETP CCI International CCIR + ETP chargée de communication CCIT Vienne (référente régionale pour l'international)
Moyens techniques	Prestations externes pour les travaux d'impression
Moyens financiers	15 000 €
Calendrier	2013
Indicateurs	Mise en œuvre – Mesure d'impact

Volet

COMMERCE ET SERVICES

Président de commission :

Jean-Bernard LASSALE

S O M M A I R E

1 – Etat des lieux
- 1.1 – Contexte
  - 1.1.1 – Contexte national
  - 1.1.2 – Contexte régional
- 1.2 – Offre de services « Commerce & Services » des CCI de Poitou-Charentes
  - 1.2.1 – Offre locale et organisation
  - 1.2.2 – Accompagnement des commerçants
  - I.2.3 – Effectifs et budget
- 1.3 – Diagnostic
  - 1.3.1 – Force
  - 1.3.2 – Faiblesse
  - 1.3.3 – Menace
  - 1.3.4 – Opportunité

2 – Enjeux et stratégie
- 2.1 – Les enjeux
- 2.2 – La stratégie

3 – Plan d'actions

4 – Mise en œuvre du volet « commerce et services »
- 4.1 - Les principes
- 4.2 - Les moyens
- 4.3 - Les indicateurs
- 4.4 - La gouvernance

Annexes
Fiches actions

1 – Etat des lieux

1.1 – Contexte

1.1.1 – Contexte national

Le commerce est un acteur majeur de l'activité économique : il représente une entreprise sur quatre en France, et 10% du PIB national. Il joue un rôle essentiel en matière d'emploi, et notamment pour les jeunes : il représente 20% des emplois privés, à travers plus de 100 métiers différents. Il est la principale porte d'entrée sur le marché du travail pour les jeunes (un sur quatre y débute sa carrière) ainsi que pour les personnes sans diplôme (une sur quatre travaille dans le commerce).

A travers le commerce se tisse le lien social indispensable à l'harmonie collective. Le magasin, la boutique, sont parfois le dernier lieu d'échanges dans une société assez individualiste, notamment pour les personnes âgées.
Ce lien, le commerce l'assure partout : dans les villes, les quartiers, les périphéries, les communes périurbaines, les zones rurales : 72% des commerces en France sont des commerces de proximité. Il crée l'animation, suscite les rencontres, provoque les initiatives, donne vie à la cité qu'il s'agisse de commerce indépendant, de commerce organisé ou de grandes enseignes. Il est donc important que le commerce soit soutenu, et étroitement associé à toute politique urbaine et d'aménagement du territoire.

Avec l'explosion des ventes en-ligne, le commerce est en pleine mutation et le client est de plus en plus exigeant, et de plus en plus volatil. D'où l'impérieuse nécessité de faire preuve d'imagination et d'audace pour l'attirer et le fidéliser. C'est ainsi qu'apparaissent de nouveaux canaux de distribution, de nouveaux concepts de magasins, de nouveaux moyens de paiement.

En ce qui concerne les services à la personne, ce type d'entreprise est en forte croissance du fait notamment du développement des services à domicile. Souvent des TPE, comme le commerce, les entreprises de services aspirent à la pérennité et nécessitent d'être accompagnées.

1.1.2 – Contexte régional

Dans la région, le commerce (de gros et de détail) représente plus d'un tiers des entreprises inscrites au RCS. Si l'on ajoute les plus de 8000 entreprises de services aux particuliers, avec 31.718 entreprises, le secteur Commerce & services est le premier secteur économique de la région (en nombre de ressortissants). Ce secteur emploie quelques 107.000 personnes. Le secteur « commerce & service » représente donc un volet capital de notre économie locale mais également une cible de tout premier ordre pour une Chambre de Commerce et d'Industrie étant donné qu'il s'agit essentiellement de TPE.

	Charente		**Charente-Maritime**		**Deux-Sèvres**		**Vienne**		**Poitou -Charentes**
	Nb	*% de PC*	**Nb**	*% de PC*	**Nb**	*% de PC*	**Nb**	*% de PC*	**Nb**
Commerces de gros	946	*24%*	1 485	*38%*	706	*18%*	777	*20%*	3 914
Commerces de détail	3 565	*19%*	8 760	*46%*	2 970	*15%*	3 929	*20%*	19 224

Services à la personne	1 602	*19%*	3 830	*45%*	1 298	*15%*	1 850	*21%*	8 580
Total commerce	**6 113**	*19%*	**14 075**	*44%*	**4 974**	*16%*	**6 556**	*21%*	**31 718**

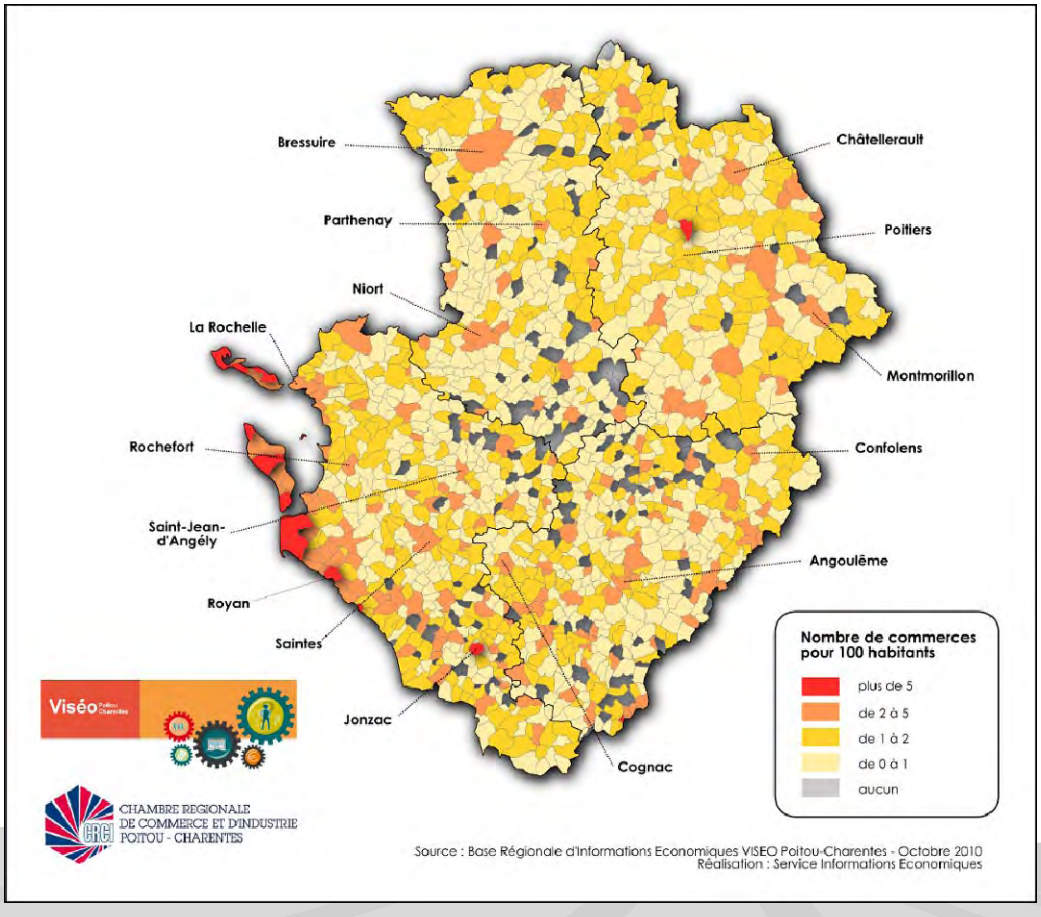
Source : Base Régionale d'Informations Economiques VISEO Poitou-Charentes, Annuaire des entreprises de France (AEF) - INSEE RP2009, avril 2012

Cependant, le tissu régional du commerce n'est pas homogène. On observe des différences de densité importante d'un territoire à l'autre mais également entre le centre-ville et la périphérie.
Si les départements des Deux-Sèvres, de la Vienne et de la Charente abritent chacun entre 4.000 et 5.000 commerçants ; la Charente-Maritime n'en compte pas moins de 12.000. L'expansion du commerce est très liée aux activités économiques du département. La forte dominante touristique de la Charente Maritime le montre aisément.

En Poitou-Charentes, la dominante est au commerce de détail (80% des établissements) dont un sur deux se trouvent en Charente-Maritime. Ce département cumule également, à lui seul, près de 40% des grandes surfaces.
En revanche, la Vienne et les Deux-Sèvres concentrent 60% des établissements agricoles et de commerce de gros.

Au-delà de leur poids économique, le commerce et les services à la personne contribuent, à développer l'attractivité d'un site et à créer du lien social. Sa vitalité est un facteur de premier plan de l'animation des centres-villes et centres-bourgs. Il impacte la physionomie et l'environnement des villes.

Au-delà de ce socle commun d'actions que constitue le schéma sectoriel, répondant ainsi à un diagnostic de besoins partagés par l'ensemble des élus CCI Poitou-Charentes, la diversité de situation d'un département à l'autre s'exprimera également par des actions complémentaires propres à chaque territoire.



1.2 – Offre de services « Commerce & Services » des CCI de Poitou-Charentes

1.2.1 – Offres locales et organisation

➔ Une proximité CCI-commerçants différemment organisée d'une CCI à l'autre.

L'appui aux entreprises du commerce est avant tout un service de proximité. Afin d'être au plus près des commerçants, les CCI ont développé des types différents d'organisation en fonction des spécificités des territoires.
Certaines CCI ont constitué un maillage territorial avec un réseau d'antennes ou d'agences. D'autres s'appuient sur des permanences.

Les entreprises de services aux particuliers représentent 37 % du total des entreprises créées en Poitou-Charentes. Les porteurs de projet font appel à leur CCI locale pour la formation à la création mais également pour l'immatriculation de leur entreprise.

1.2.2 Accompagnement des commerçants

➔ Des types communs d'actions mais sur des thématiques parfois différentes d'une CCI à l'autre :

L'action des CCI sur le terrain se déroule, pour l'essentiel, de manière individuelle ; c'est-à-dire un conseil, une prestation personnalisée, différents d'un commerçant à l'autre. Elle se déroule également de manière collective, c'est-à-dire une même action pour un ensemble de commerçants.

Accompagnement individuel :

Dans la limite des moyens affectés au service commerce, toutes les CCI conseillent de façon individuelle les commerçants en répondant à des **questions spécifiques** :

- commerce en difficulté
- mise aux normes
- démarches de progrès (qualité, environnement…)
- carte de commerce ambulant

Accompagnement collectif :

Accessibilité : La Vienne et Rochefort-Saintonge proposent un appui collectif sur la réglementation liée à l'accessibilité des Etablissements Recevant du Public (ERP) à travers la réalisation d'un guide et des séances de sensibilisation/formation. La CCI de La Rochelle propose depuis 2004 des ateliers de sensibilisation et a réalisé un topo-guide « ensemble sur les chemins d'Oléron ». La CCIT des Deux-Sèvres accompagne individuellement les commerçants à l'aide de pré-diagnostic.

Qualité : toutes les CCI font la promotion de la qualité à travers un dispositif d'accompagnement, de diagnostic et de contrôle de l'accueil, de l'écoute et du conseil.

TIC/Internet : La CCI d'Angoulême propose « Achat Charente » (Achat-Ville), une plateforme d'hébergement de sites « vitrine » ou « marchand » pour les commerçants. Les établissements inscrits bénéficient d'un accompagnement et d'un bon référencement sur Google. Cet outil permet de se lancer sur internet pour un coût raisonnable. Ce dispositif n'est pas appliqué dans les autres CCI. Les CCI de Rochefort, de La Rochelle et de Cognac proposent un autodiag « TIC », La Rochelle intègre le Passeport pour l'Economie Numérique en parallèle du parcours « création » et la Vienne propose une ½ journée sur ce thème dans les « 5 jours pour entreprendre ». La CCI des Deux-Sèvres propose des actions de formations.

Développement Durable : Développée à l'origine par la CCI de Dunkerque, la CCI de La Rochelle a mis en place l'opération « Charte Commerce Eco-citoyen » destinée à valoriser les commerçants qui s'engagent sur ce thème. Son déploiement est en cours sur Rochefort, Cognac et la Vienne. Angoulême suivra à compter du 2ième semestre 2012. Ce point sera mis en œuvre en lien avec le schéma sectoriel Développement Durable.

Associations de commerçants : toutes les CCI, sans exception, soutiennent les unions et associations de commerçants sous différentes formes : subventions, temps hommes, moyens techniques.

Certaines CCI proposent des **formations spécifiques** (hygiène et sécurité, attractivité du point de vente) et d'autres des **événements** mettant en valeur le commerce (par exemple : Gastronomades - Angoulême, Escales Shopping, Grand Pavois– La Rochelle, Passion Commerce – Deux-Sèvres et Angoulême et d'autres opérations (Cartes des trésors – Vienne).

Développement territorial :

Les CCI travaillent avec **les collectivités** notamment dans le cadre de politique de **revitalisation des centres villes**. Elles réalisent des études de villes et préconisent des implantations commerciales, aident également à définir des **périmètres de préemption**. Les CCI s'appuient également sur leurs **observatoires du commerce**. Les plus élaborés étant ceux de la CCI de Rochefort et La Rochelle (VISEO17) et des Deux-Sèvres (VISEO79). Ceux de la Vienne, d'Angoulême et de Cognac bien qu'étant déjà actifs sont en cours de construction.

Il faut ajouter à cela le rôle des managers de centre ville présents sur certains territoires et dont le rôle est d'assurer un développement harmonieux et concerté du commerce (conseils, application de la stratégie, relations avec les partenaires, recherche de financement…)

1.2.3 – Effectifs et budgets

Effectifs alloués au Commerce & Services

	ETP affectés au commerce(*)
CCIT d'Angoulême	6
CCIT de Cognac	2,2
CCIT de Rochefort & de Saintonge	15,2
CCI de La Rochelle	9
CCI des Deux-Sèvres	9,8
CCI de la Vienne	10,5
CCI Poitou-Charentes	0,6
Total	**53,3** *Soit une estimation de 2,56M€** en ressources fiscales (avec la masse salariale)*

(*) comprend l'activité de Création-Transmission-Reprise. Cafés Hôtels Restaurants exclus
(**) 1 ETP ➔ 48000€
Sources CCIT

Budget et moyens affectés au soutien des associations de commerçants

	Nb de commerces(*)	Associations				
		Nb d'associations	Nb d'adhérents	Subvention en € allouée par la CCI pour l'ensemble des associations	ETP affecté par les CCI pour les associations	Autres : contribution matérielle : locaux, téléphone, photocopieur… (Oui ou Non)
CCIT d'Angoulême	5 628	36	1500	40 000	0,25	oui
CCIT de Cognac	1282	11	303	9 000	0,5	oui
CCIT de Rochefort & de Saintonge	5698	52	2000	0	2,7	oui
CCIT de La Rochelle	6952	36	1400	15 143	1	
CCIT des Deux-Sèvres	4800	44	600	70 000	1	
CCIT de la Vienne	6500	30	1500	70 000	2,5	oui
TOTAL	**30860**	**209**	**7303**	**154193€**	**8**	

(*) dont CHR et services à la personne (beaucoup d'associations étant mixtes commerces-CHR), hors commerce non-sédentaires et commerce de gros
NB. Le décompte ETP pour la CCITRS ne concerne que les moyens mobilisés dans le cadre du Département Services aux Entreprises, hors Info-Eco (3 ETP sur données et problématiques du commerce)

1.3 – Diagnostic

Afin d'évaluer les actions à mettre en œuvre ou celles à revoir, les CCI ont procédé en commission régionale « commerce et services » à une analyse de la situation de réseau à travers une matrice « SWOT »

Forces

- Légitimité du réseau comme représentant des commerçants mais également à travers le CFE, point de passage pour la création et la vie juridique d'un commerce.
- Connaissance de terrain des métiers du commerce
- Assembleur de compétences au sein d'un réseau régional
- Capacité à concevoir et mettre en œuvre des outils et des méthodes d'accompagnement
- Ambition d'harmoniser et de mutualiser les actions
- Réactivité

Faiblesses

- En dehors de l'inscription au registre, les prestations de services aux commerçants sont parfois mal connues
- Défaut de communication interne

Menaces

- Des financements publics en baisse

Opportunités

- Augmenter l'efficacité et la lisibilité du réseau par certaines actions mutualisées et de portée régionale
- Importance des enjeux du commerce électronique et de l'environnement sur lesquels le réseau des CCI peut se placer
- Une réforme de l'urbanisme propre à redonner aux CCI leur importance dans les partenariats avec les collectivités locales.

2 – Enjeux et stratégie

La mission première des CCI est de contribuer à la pérennité de toutes les formes de commerce. En particulier, il est nécessaire de se donner les moyens de déceler les difficultés que peuvent rencontrer les commerçants de proximité dans la gestion quotidienne de leur entreprise : trésorerie, structure financière, qualité et attractivité du point de vente…. et de leur proposer les solutions adaptées.
Au-delà, se révèlent de nouveaux enjeux. En effet, les mentalités évoluent, le consommateur aussi et le commerce doit se muter en commerce durable en intégrant notamment les problématiques environnementales. Il est important aussi que les commerçants soient solidaires entre eux et unissent leurs forces grâce à la démarche associative.
Le commerce doit aussi se tourner vers l'avenir en innovant, en rendant attractif son point de vente et en prenant en compte dans son développement, les enjeux du e-commerce et les nouveaux canaux de communication.

Par ailleurs, il est important d'assurer une diversité du commerce tout en préservant un équilibre indispensable entre périphérie et centre-ville.

La recherche de réponses aux questions que soulève le diagnostic, l'analyse des défis et des enjeux de demain tels qu'ils apparaissent aujourd'hui, engagent le réseau sur plusieurs axes de travail. Ils concernent d'une part, l'adaptation de nos actions aux nouvelles donnes économiques et d'autre part l'organisation du réseau pour optimiser ces actions.

2.1 – Les enjeux

2.1.1 - Le Développement Durable

Les principes du Développement Durable définissent les contours de la société de demain. Les réflexions autour de cette thématique sont mondiales, elles engagent en priorité les pays développés, donc la France et tout ce qui fait son tissu économique et social, y compris les commerçants.
Porté par une opinion publique favorable, le Développement Durable intègre facilement les programmes politiques, les plans de développement de certaines grandes entreprises et le commerce avec notamment les grandes surfaces qui prennent déjà des engagements. Le Développement Durable est porteur d'une image positive pour celui qui l'adopte. L'adhésion à de tels principes est, pour le moment, essentiellement du domaine du volontarisme. Cependant, cette adhésion va progressivement, mais rapidement, entrer dans le domaine de l'obligation puisque les lois issues du « Grenelle de l'Environnement » commencent à s'appliquer. Cette nouvelle société qui se dessine fera apparaître alors des problèmes et des solutions ; il revient aux CCI de contribuer à l'apport de solutions au bénéfice des entreprises.

Au niveau consulaire, la thématique du Développement Durable est prise en compte à des degrés divers selon les CCI. Devant les changements qui se profilent, il est important que les CCI soient présentes et aident leurs ressortissants à amorcer le virage. Le rôle d'accompagnateur du changement est une mission du réseau consulaire. Cependant, le concept « Développement Durable » dans son entière définition est mal connu aussi bien des collaborateurs des CCIT/R que des commerçants.

Objectifs :

Les CCI n'ont pas vocation à devenir des experts du Développement Durable ; mais les collaborateurs concernés doivent en maîtriser les grands principes et connaître les implications sur les commerçants. Par ailleurs, par les contacts privilégiés qu'elles ont avec les commerçants, les CCI sont un excellent relais pour les organismes experts en Développement Durable. Elles jouent un rôle de facilitateur

Pour les commerçants, bien souvent le Développement Durable est associé au commerce équitable ou bio. Il est important de comprendre que le Développement Durable est une des voies qui garantira la pérennité du commerçant non seulement à travers ce qu'il vend mais surtout par la manière dont il gère son commerce. Le Développement Durable trouve son application dans la gestion de l'énergie, des déchets, du transport mais également dans la gestion du personnel et le bon accès à l'ensemble des clients et notamment les personnes handicapées.

La prise en compte de ces applications est un facteur de différenciation entre commerçants, qui, révélé aux yeux d'un public favorable, peut appeler une nouvelle clientèle et donc générer du chiffre d'affaires.

Cette étape de sensibilisation réalisée, il pourrait être proposé aux commerçants les plus motivés par cette démarche de s'engager dans des actions concrètes à définir (exemple : diagnostic énergétique..).

Ces actions seront conduites en phase avec le schéma sectoriel « Développement Durable »

2.1.2 – Le web, les TIC et l'e-commerce

Aujourd'hui, un français passe plus de temps devant internet que devant la télévision. En France, le nombre d'acheteurs en ligne est passé en 2011 à 28 millions et le montant global des transactions a atteint en 2010 les 31 milliards.

Dans ce contexte où surfer sur internet devient une activité partagée par tous, où le web devient un « autre continent », quelle est la place des commerçants « traditionnels » ? Quelle est l'influence du web sur les comportements du consommateur quand celui-ci compare les prix, inspecte le produit chez le commerçant et va ensuite acheter le même sur un site web de *discounters* ? Le consommateur devient également commerçant lorsqu'il vend régulièrement des produits sur « e-bay ». Par ailleurs, l'évolution du web vers le web2.0, les réseaux sociaux, ouvrent des possibilités supplémentaires susceptibles également d'influencer le commerce. Qu'en sera-t-il à l'avenir des commerçants qui ignorent ces changements?

Si le réseau consulaire a initié des démarches de sensibilisation, notamment à travers le P.E.N. (Passeport pour l'Economie Numérique), il s'agissait surtout de promouvoir l'informatisation des PME. En revanche l'action est faible lorsqu'il s'agit du web et plus particulièrement d'actions à destination des commerçants. La CCI d'Angoulême est partie prenante du site AchatVille, de même la CCI de La Rochelle a développé un site web pour les commerçants non-sédentaires de Charente Maritime. En parallèle à ces actions, le web a continué d'évoluer, les opportunités comme les menaces ont, elles aussi, évoluées. Les CCI doivent être présentes pour aider les entreprises et les commerçants à s'engager dans un nouveau monde économique où la notion de géographie disparaît au bénéfice de la diversité de l'offre et des services.

Même si les Chambres de Commerce n'ont pas vocation à devenir des spécialistes du web, dans la mesure où une part grandissante du commerce passe maintenant par des acteurs dématérialisés, elles doivent intégrer dans leurs objectifs ces nouvelles voies de commerce.

Objectifs

Pour s'engager dans cet accompagnement, les CCI doivent tout d'abord apprendre à connaître ce monde du web avec ses opportunités et ses menaces. Une formation des collaborateurs sera proposée.

Les CCI doivent mettre en contact les ressortissants avec des experts du monde économique « web ». L'accès à l'internet n'offre pas que des possibilités de vente mais également de nouvelles manières de s'approvisionner, d'identifier un fournisseur ou de surveiller un concurrent, connaître sa « e-reputation ». Les commerçants ou entreprises de services qui désireraient s'orienter vers une démarche sur le web doivent trouver auprès des CCI une offre répondant à leur attente.

2.1.3 – Les relations CCI / collectivités

Le commerce est profondément solidaire et ancré dans le territoire qui lui-même en tire des éléments de richesse et de dynamisme. En effet, même s'il existe aujourd'hui une part grandissante du commerce électronique, les activités commerciales traditionnelles de proximité exercent une fonction sociale d'animation, d'échange et de vie au sein des territoires ; en retour, le commerce est aussi dépendant de la manière dont les acteurs

territoriaux traitent les questions d'aménagement (stationnement, circulation, état des immeubles, signalétique, etc.). Cette liaison montre à quel point les actions sur le commerce doivent être de type partenarial.

L'Etat dans une volonté de décentralisation transfère une partie du développement économique aux collectivités territoriales avec un renforcement du pouvoir des régions qui coordonnent l'ensemble des actions des collectivités. La région concentre et gère ainsi l'ensemble des aides aux entreprises (excepté le FISAC). On peut noter que le bilan 2011 du dispositif BRDE (Bourse Régionale Désir d'Entreprendre) a attribué la majorité des bourses aux commerces (730 entreprises) (source CP du 21 mai 2012).

Il existe des interlocuteurs primordiaux pour le commerce : les maires soucieux de l'attractivité de leur commune, les groupements de communes afin d'analyser les interactions entre périphérie et centre-ville et l'implantation des grands pôles commerciaux. Enfin, le Conseil Général et les Pays sont aussi des interlocuteurs pouvant agir dans le domaine commercial. Ces collectivités disposent souvent de fonds en faveur du commerce. Il est stratégique de savoir capter au mieux ces lignes budgétaires.

La nécessité de fédérer les Unions Commerciales d'une même ville ou d'un même territoire correspond bien à une volonté d'avoir un interlocuteur unique et de voir des actions communes au sein de cette ville. L'intérêt de ce regroupement reste aussi la possibilité de travailler plus facilement avec la municipalité. Le rôle des CCI est de faciliter le travail des UC mais surtout pas de faire à leur place.

Certaines CCIT soulignent l'importance du rôle des Managers de Centre Ville qui permettent de travailler étroitement avec les municipalités et les considèrent indispensables en matière d'accompagnement du commerce urbain.

Dans cette configuration de l'environnement commercial, les CCI ont un rôle important à jouer auprès des collectivités en tant que représentant du commerce et des commerçants. Il est important de préserver et favoriser la diversité du commerce sur les territoires et de promouvoir l'équilibre entre la périphérie et le centre-ville. Il est également essentiel de maintenir une activité commerciale dans les zones rurales.

Les CCI participent, d'ores et déjà, au développement économique en ayant l'avantage de couvrir un grand ensemble de problématiques : formation, infrastructures, commerce, industrie, environnement et de balayer l'ensemble des thématiques du développement économique.

Objectifs

Pour s'engager dans l'accompagnement des collectivités, les CCI doivent tout d'abord avoir une parfaite connaissance de la politique destinée au commerce prévue par celles-ci.

L'offre de services des CCI dans le cadre de projets de territoire est peu lisible et variable d'une chambre à l'autre. Il est important que les collectivités soient informées des atouts et savoir-faire du réseau consulaire qui sont :
-une proximité géographique et culturelle avec les entreprises,
-une bonne connaissance des difficultés,
-une animation des unions commerciales et FAE ainsi que des associations économiques notamment pour créer et accompagner la dynamique de projets économiques dans les territoires et être la courroie de transmission entre les structures collectives des professionnels et les décideurs politiques,
-des données issues des observatoires du commerce.

2.2 – La stratégie

Ont été retenus comme prioritaires les axes stratégiques suivants :

Axe 1 Rapprocher les CCI des commerçants.

- **Constat** : il est important que les CCI soient proches des commerçants et qu'un lien durable existe.
- **Actions** : proposer une offre de services proches des besoins, diversifiée et qui contribue au développement des commerçants. Les thématiques suivantes devraient être traitées en priorité :

- Accessibilité
- Qualité
- TIC/Internet
- Développement Durable
- Attractivité du point de vente
- Langues étrangères

Des indicateurs de présence terrain seront mis en place dans le cadre du projet de GRC.

Axe 2 Fédérer les commerçants.

- **Constat** : les commerçants ne se regroupent pas assez, en conséquence, leur voix n'est pas suffisamment entendue par les collectivités. Les associations existantes manquent souvent de moyens.
- **Actions** : inciter les commerçants à agir en collectif, à se réunir en association, à se fédérer, favoriser la création de groupements professionnels. Par ailleurs, il convient aussi de professionnaliser ces associations en les formant, par exemple au dialogue avec des élus territoriaux. Il peut être également intéressant de faire travailler ensemble les commerçants des centres villes avec ceux de la périphérie.

Axe 3 : Affirmer les compétences des CCI.

- **Constat** : Les compétences des CCI sont parfois méconnues, à la fois par les commerçants et par certains partenaires institutionnels. Les acteurs sur le conseil au commerce sont nombreux et les CCI doivent conserver leur place. Par ailleurs, la nouvelle loi sur l'urbanisme commercial et la réforme des collectivités territoriales modifient notre environnement d'intervention.
- **Actions** : Faire mieux connaitre nos compétences, notamment en matière d'observation du commerce. Augmenter notre présence auprès des collectivités (étude de territoire, de villes, aide à la définition des périmètres de préemption, etc.). Mieux communiquer sur notre savoir-faire. Permettre d'acquérir de nouvelles compétences si nécessaire. Elaborer un plan de communication renforcé autour de nos actions auprès des commerçants.

3– Plan d'actions

Voir les fiches actions en annexes.

4 – Mise en œuvre du volet « commerce et services »

4.1 - Les principes

CCI Poitou-Charentes

➔ Elabore, en Commission, la stratégie régionale « Commerce & Services » du réseau des CCI (Schéma sectoriel, actions, budget) avec les élus CCI Poitou-Charentes (qui sont également élus CCIT) et les permanents des CCIT.
➔ Est l'interlocuteur des institutionnels régionaux du commerce et des services et de « CCI France » (ex-ACFCI)
➔ Anime des groupes professionnels régionaux (exemple : groupe régional des managers de centre-ville proposé en action 5)
➔ Rassemble les observations locales pour en déduire une observation régionale
➔ Assure la coordination et propose la mutualisation et la cohérence des actions, des projets et des outils.

Les CCIT

➔ Mettent en œuvre la stratégie régionale
➔ Accompagnent les entreprises
- dans leur développement (qualité, réglementation, attractivité…)
- dans la création et transmission
- dans la formation

➔ Coordonnent les actions locales
➔ Animent les réseaux professionnels
➔ Observent le commerce local
➔ Développent le partenariat avec les collectivités locales
➔ Initient de nouvelles actions

4.2 – Moyens annuels du plan d'actions « commerce »

Axes	**ETP**	**Ressources fiscales*** (dont masse salariale)	**Coûts externes** (achats, prestations externes)
1 - Rapprocher les CCI des commerçants	5.7	273 600€	64 000€
2 - Fédérer les commerçants	8	384 000€	
3 - Affirmer les compétences des CCI	2,3**	110 400€	***
Total	**16**	**768000€**	**64 000€**

(*) 1 ETP ➔ 48 000€
(**) doit encore être complété par les ETP « étude de ville » des CCI Deux-Sèvres, Cognac
(***) Recettes : les études (ville, préemption) sont facturées aux collectivités au prix de revient

4.3 - Indicateurs

Axes	Indicateurs (Qualitatifs, quantitatifs et de performance)
Rapprocher les CCI des commerçants	- Nombre de chartes signées - Nombre d'outils de communication transmis - Nombre de commerçants rencontrés par an - Retombées médiatiques / nombres d'articles induits - Taux de satisfaction des commerçants - Nombre de guides remis ou téléchargés - Nombre d'ateliers - Nombre de participants aux ateliers - Taux de satisfaction des participants - Nombre d'entreprises engagées dans les opérations collectives - Nombre de commerçants formés / taux de satisfaction
Fédérer les commerçants	- Nombre d'associations soutenues par les CCI - Nombre d'adhérents par association - Nombre de réunions organisées par les CCIT/CCIR pour les présidents d'associations / taux de satisfaction des participants
Affirmer les compétences des CCI	- Nombre d'études réalisées - Taux de satisfaction des collectivités clientes - Notes de prospective - Documents de synthèse

4.4 - Gouvernance

Une **commission régionale « Commerce & Services »** (élus commerce CCI Poitou-Charentes et techniciens CCIT/CCI Poitou-Charentes) qui pilotera et réorientera si besoin la mise en œuvre du volet « Commerce et Services » du Schéma Régional « Appui aux entreprises » (2 ou 3 réunions par an)

Un **Groupe Technique Régional** (techniciens CCIT/CCI Poitou-Charentes) qui pilotera techniquement la mise en œuvre du volet « Commerce et Services » et en particulier le plan d'actions. Il s'assurera du bon suivi des indicateurs et fera remonter tout élément (changement, difficulté…) devant faire l'objet d'un arbitrage en Commission.

Chaque action du plan d'actions fera l'objet d'une **organisation régionale** et des référents seront nommés dans chaque CCIT ; le but étant d'assurer une bonne coordination dans le déploiement.

Participants aux travaux d'élaboration du volet « Commerce & Services » du schéma sectoriel « Appui aux entreprises »

MEMBRES – Élus de la Commission Régionale « Commerce et Services »	***MEMBRES - Permanents***
BOIRON Jacques – CCIT d'Angoulême	BÉCHON Frédérique – CCIT d'Angoulême
COATES Christian – CCIT de Cognac	BOURGEOIS Dominique – CCIT des Deux-Sèvres
COUSOT Francine – CCIT de La Rochelle	DUPAIN Dominique – CCIT de la Vienne
DUTRUC Philippe – CCIT des Deux-Sèvres	FAUGOUIN Patrick – CCIR Poitou-Charentes
LABICHE David – CCIT de La Rochelle	GAUTIER Olivier – CCI Poitou-Charentes
LAFOND Claude – CCIT de la Vienne	HURTREZ Emmanuel – CCIT de La Rochelle
LASSALE Jean-Bernard – CCIT de la Vienne	LAFON Odile – CCIT de La Rochelle
LAURENTJOYE POUEY Dominique - CCIT d'Angoulême	LAVENAC Pascale – CCI Poitou-Charentes
PRUDENCIO Jean-Bernard - CCIT de Rochefort & Saintonge	MONTIZON François – CCIT de Cognac
ROUSSELOT Philippe – CCIT des Deux-Sèvres	PRIOUX Philippe – CCIT de la Vienne
	RIOLLET Jean-Philippe – CCIT de Rochefort & Saintonge
	ROY Caroline – Ass. Charte Qualité Poitou-Charentes

Président de la commission : Jean-Bernard Lassale, CCI de La Vienne
Vice Présidente : Dominique LAURENTJOYE POUEY

ANNEXES :

Fiches actions / Calendrier

FICHE ACTION n° 1

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Commerce et Services

Axe 1 - Rapprocher les CCI des commerçants / Développement Durable

Action : Charte Commerce Eco-citoyen
Action initiée par la CCI de Dunkerque, transférée en Poitou-Charentes en 2010

Objectifs de l'action	- Valoriser le commerce de proximité comme acteur du développement durable - Recenser et mettre en valeur les initiatives mises en œuvre par les commerçants - Inciter par exemple les autres commerçants à suivre le mouvement Renforcer l'image professionnelle du commerçant « responsable » et son capital sympathie auprès de la clientèle
Description de l'action	5. Signature par les commerçants de la Charte Commerce Éco-citoyen, charte en 7 points avec engagement sur 4 points minimum et remise d'une vitrophanie 6. Visite systématique des commerçants engagés 7. Remise d'un guide pédagogique sur les différents aspects du Développement Durable appliqués au commerce, illustré d'exemples et de chiffres clés (support papier + web) Mise en avant des commerçants signataires de la Charte Commerce Eco-citoyen. Exemples : soirée de remise des chartes, campagne de presse…
Moyens humains	2,5 ETP (527 jours) ➔ pour 20.000 ressortissants contactés ➔ pour 200 à 300 chartes par CCIT
Moyens techniques	- Outils de communication : chartes, vitrophanies, guides Formation des conseillers commerce par un consultant externe (une demi-journée + visite sur site)
Coûts externes	- Mise en œuvre de la démarche : 25 000 € - Formation des conseillers commerce : 2 800 € pour deux groupes de 12 personnes
Calendrier	- Déploiement de la démarche : 2012, 2013-2014, 2015-2016 - Formation conseillers : 2ème semestre 2012
Indicateurs	- Nombre de chartes signées - Nombre d'outils de communication transmis - Nombre de visites de commerçants - Retombées médiatiques / nombres d'articles induits - Taux de satisfaction des commerçants
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 2

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Commerce et Services

Axe 1 - Rapprocher les CCI des commerçants / Développement Durable

Action : Sensibiliser les commerçants à la mise aux normes relative à l'accessibilité et plus largement le handicap *(fiche commune avec le schéma tourisme)*

Objectifs de l'action	- Permettre aux commerçants d'avoir une meilleure connaissance de leurs obligations réglementaires et de pouvoir réaliser un auto-diagnostic.
Description de l'action	1. Réalisation d'un guide papier et téléchargeable depuis Internet donnant un éclairage sur les principaux points d'accessibilité correspondant à l'accueil des publics en situation de handicap moteur, visuel, auditif ou mental Ce guide sera remis lors de visites d'entreprises ou à l'occasion d'ateliers (à associer avec la Charte Commerce Éco-citoyen et la démarche Qualité). 2. Proposition d'un autodiagnostic permettant aux entreprises de faire un premier bilan sur la conformité de leur établissement commercial vis-à-vis de la loi sur le handicap et son décret d'application au 1er janvier 2015
Moyens humains	
Moyens techniques	Outils de communication : guide et autodiagnostic Formation des conseillers commerce à l'accessibilité : déjà réalisé en 2012
Coûts externes	4 600 €/10 000 exemplaires
Calendrier	2012-2014
Indicateurs	Nombre de guides remis ou téléchargés
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 3

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Commerce et Services

Axe 1 - Rapprocher les CCI des commerçants / TIC-Web

Action : Sensibiliser les commerçants sur les TIC et le web pour développer leur activité

Objectifs de l'action	- Sensibiliser et convaincre les commerçants à l'intérêt de développer une stratégie numérique en les acompagnant dans l'utilisation des nouveaux leviers promotionnels que sont le web, le mobile, les réseaux sociaux
Description de l'action	1. Réalisation d'un guide TIC sur le commerce Ce guide serait remis lors de visites aux commerçants ou lors des ateliers thématiques TIC. 2. Mise en place d'ateliers sous forme d'une demi-journée pédagogique illustrée d'exemples concrets (vente en ligne…)
Moyens humains	Ateliers : 0,25 ETP pour 10 ateliers
Moyens techniques	Outils de communication : guide TIC Ateliers : intervenants externes Sensibilisation des conseillers commerce à l'application du web et des réseaux sociaux au commerce par un consultant externe
Coûts externes	Guides : 4 600 €/10 000 exemplaires Ateliers / consultant externe : 4 à 6 000 € Formation : 2 000 € pour 2 groupes de 12 personnes
Calendrier	Dernier trimestre 2012 – année 2013
Indicateurs	- Nombre de guides remis ou téléchargés - Nombre d'ateliers - Nombre de participants aux ateliers Indice de satisfaction des participants
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 4

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Commerce et Services

Axe 1 - Rapprocher les CCI des commerçants/Qualité

Action : Démarche qualité
(Démarche nationale « Préférence Commerce » à compter de 2013/2014)

Objectifs de l'action	Répondre aux attentes des entreprises : - Acquérir une plus grande connaissance de la qualité et de ses enjeux - Accroître et améliorer leurs niveaux de services à la clientèle - Se doter d'un référentiel concret et fiable visant à cerner les points forts et les points à améliorer sur le point de vente - Posséder un outil de mesure, d'évaluation et de management - Permettre de rendre le point de vente plus attirant et inciter les clients entrer dans le magasin et passer à l'acte d'achat - Pouvoir accueillir les clients étrangers de manière satisfaisante
Description de l'action	1. Visite - sensibilisation de l'entreprise 2. Pré-diagnostic sur le point de vente réalisé par le conseiller CCI 3. Visite d'un client mystère par cabinet extérieur (expert neutre et impartial) 4. Suivi des entreprises lauréates ou non-lauréates 5. Promotion / communication (valorisation des entreprises) 6. Préconisations - formations : - Autodiagnostic « Attractivité du point de vente » sur le modèle de celui proposé par la CCI de Rochefort : 1,5 jour de formation interentreprises et ½ journée d'application pratique et d'évaluation des acquis dans l'entreprise - Formation en anglais
Moyens humains	Démarche qualité : 1 ETP pour 100 entreprises engagées
Moyens techniques	Prestataire extérieur assurant les visites du client mystère, promotion communication sur supports divers (kit PLV millésimé sur point de vente + communication grand public, salle pour remises officielles en partenariat avec territoires) ...
Coûts externes	Cotisation des CCIT pour la démarche : 1 500 €/CCI (Charte Qualité Accueil Ecoute Conseil)
Calendrier	Démarche qualité : tous les 2 ans (Préférence Commerce) Autodiagnostics: dates à fixer dans chaque CCI
Indicateurs	- Nombre d'entreprises engagées dans l'opération - Questionnaire satisfaction destiné aux commerçants participants - Questionnaire satisfaction destiné aux clients des commerçants engagés dans la démarche Nombre de commerçants formés / taux de satisfaction
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 5

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Commerce et Services

Axe 2 – Fédérer les commerçants

Action : Soutenir la démarche associative

Objectifs de l'action	- Faciliter la mise en place d'une organisation propre à favoriser la démarche associative - Assurer la pérennité des associations - Dynamiser les associations en faisant échanger entre eux les présidents et les animateurs sur les bonnes pratiques, difficultés rencontrées…
Description de l'action	1. Mise en place et regroupement d'associations afin de les rendre plus visibles et plus fortes devant les collectivités 2. Soutien technique et financier des associations 3. Favoriser la mise en place d'animateurs d'associations 4. Animation d'un groupe régional d'animateurs d'associations (intervention d'expert) et des présidents d'associations. 5. Mise en place d'un groupe de travail régional (CCI, collectivités) sur la thématique des financements d'associations
Moyens humains	Associations de commerçants : 8 ETP
Moyens techniques	Matériel, salle, site Internet
Coûts externes	
Calendrier	
Indicateurs	- Nombre d'associations soutenues par les CCI - Nombre d'adhérents par association - Nombre de réunions organisées par les CCIT/CCIR pour les présidents d'associations / taux de satisfaction des participants
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 6

Schéma sectoriel Appui aux Entreprises
Volet : Commerce et Services

Axe 3 – Affirmer les compétences des CCI

Action : Relations CCI / collectivités

Objectifs de l'action	- Permettre à la collectivité de faire un état des lieux de son commerce et de nourrir ses décisions pour une politique d'aménagement commercial
Description de l'action	1. Réalisation d'études de ville 2. Périmètre du droit de préemption
Moyens humains	*En cours de dimensionnement :* *Vienne : 1,36 ETP* *La Rochelle – Rochefort : 1 ETP*
Moyens techniques	-Observatoire économique -Enquêtes de terrain
Coûts externes	-Coût de l'enquête Recettes = coût de l'étude
Calendrier	Selon les demandes
Indicateurs	- Nombre d'études réalisées Indice de satisfaction des collectivités clientes
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 7

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Commerce et Services

Axe 3 – Affirmer les compétences des CCI

Action : Information économique / Prospective

Objectifs de l'action	Informer les élus et les professionnels du commerce sur les nouvelles tendances
Description de l'action	1. Mise en place d'un groupe de travail regroupant les élus territoriaux, les présidents d'associations, les représentants de consommateurs…
Moyens humains	Permanent CCIR
Moyens techniques	Sources d'information (veille), contacts, entrevues avec des spécialistes
Coûts externes	
Calendrier	2013
Indicateurs	- Notes - Documents de synthèse
Responsable projet	

Volet

INDUSTRIE

Président de commission :

Xavier de Boysson

SOMMAIRE

1- Etat des lieux

1.1 Les grandes orientations nationales pour l'industrie

1.2 La feuille de route « Industrie » du réseau des CCI

1.3 L'industrie en Poitou-Charentes
1.3.1 Chiffres clés et spécificités de l'industrie en Poitou-Charentes
1.3.2 Les filières et réseaux d'entreprises à caractère industriel
1.3.3 Innovation et Export pour les entreprises industrielles

1.4 Le service apporté par les CCI aux entreprises industrielles
1.4.1 Missions et services des équipes industrie
1.4.2 Les actions collectives
1.4.3 Les salons et évènements de nature industrielle
1.4.4 Les outils de formation liés à l'industrie
1.4.5 Organisation et effectifs

1.5 Diagnostic des forces et faiblesses des actions menées

2- Stratégie et priorités du réseau des CCI

2.1 Rechercher des entreprises peu connues du réseau des CCI qui peuvent être accompagnées
2.2 Renforcer les filières – Faciliter le développement des alliances et des regroupements des entreprises
2.3 Attractivité du territoire : marketing territorial des CCI
2.4 Des axes stratégiques pour stimuler l'innovation et l'international
2.5 Une organisation régionalisée des actions collectives à l'industrie

3- Plan d'actions

3.1 Objectifs opérationnels & indicateurs
3.2 Moyens et ressources à mettre en œuvre
3.3 Calendrier
3.4 Gouvernance

CONCLUSIONS

ANNEXE : Composition de la commission Industrie

Le présent schéma sectoriel appui aux entreprises répond à une volonté forte de renforcer le soutien des CCI à l'industrie et donc de proposer dans ce schéma un volet dédié INDUSTRIE qui n'existait pas précédemment.

Ainsi le travail opéré par la Commission INDUSTRIE s'est attaché à :

- **Faire un état des lieux** des actions « industrie » menées au niveau national, prendre en compte les spécificités du tissu industriel régional et préciser les actions menées par les CCI en région,

- **Proposer une stratégie régionale pour les entreprises** ciblée autour d'axes prioritaires pour leur développement économique,

- **Mettre en place une organisation de travail régionale coordonnée** qui permette d'apporter un meilleur service aux entreprises en prenant en compte une mutualisation des ressources sur l'ensemble de la région Poitou-Charentes,

- **Prendre en compte dans la mise en œuvre du schéma, les évolutions à apporter en termes de gestion des ressources humaines** pour harmoniser les compétences des conseillers généralistes et qualifier les expertises nécessaires.

Les actions opérationnelles qui découlent de cette stratégie régionale doivent être complétées par des dispositifs d'évaluation pour évaluer leur efficacité et renforcer ou non leur déploiement. Le schéma sectoriel s'inscrit dans une démarche d'amélioration continue :

1 – Etat des lieux

1.1 Les grandes orientations nationales pour l'industrie

L'activité industrielle est le premier moteur de l'économie:

- en créant 1 emploi industriel, elle induit la création de 3 autres emplois,
- elle pilote l'activité territoriale et attire les investisseurs économiques.

Rappel des chiffres clefs de l'Industrie nationale:

- 150 000 entreprises dont 90% TPE et de PME
- 3,4 millions d'emplois directs, 4 à 5 millions d'emplois indirects
- Part de marché de l'industrie de la France dans la zone euro
  - En 1990 : 18%
  - En 2011 : 12,6%

Les Etats Généraux de l'Industrie engagés en 2009 ont été l'occasion de remettre au premier plan ce secteur économique qui a subi de très fortes évolutions depuis 10 ans. Ainsi des propositions d'actions ont été avancées en janvier 2012 dans le cadre de la Commission Nationale de l'Industrie (CNI) pour soutenir ce secteur (cf. rapport CNI du 24/02/2012 - http://www.industrie.gouv.fr/egi/).

Ces recommandations sont concentrées sur les actions suivantes :

1.1. **Développer la recherche, l'innovation et la qualité pour bâtir des filières d'excellence** sur les marchés du futur, répondant aux nouveaux besoins sociétaux

1.2. Répondre aux enjeux du développement des compétences à tous les niveaux, de la formation, et promouvoir et encourager l'aptitude à l'emploi. Sécuriser l'emploi et renforcer les niveaux de formation sur les métiers de demain au plus près des bassins d'emplois

1.3. **Faciliter et encourager les rapports et les mutualisations des moyens entre les entreprises**

1.4. Favoriser le financement et l'investissement dans l'industrie, **en concentrant notamment l'essentiel de l'effort public vers le développement des PME et ETI**, pour une dynamique d'emploi

1.5. **Favoriser l'export et l'internationalisation des PME**.

1.6. Renforcer le positionnement de l'Europe industrielle. Faire en sorte que la politique de concurrence puisse appuyer la politique industrielle à égalité avec nos principaux partenaires.

1.7. Sécuriser l'approvisionnement en énergie et en matières premières à un coût compétitif

1.8. Garantir la stabilité de l'environnement législatif et fiscal, et accélérer la simplification de l'environnement réglementaire et administratif des entreprises

1.9. Renforcer la compétitivité des entreprises industrielles en mettant en place une fiscalité favorable aux investissements, tout en garantissant le financement du modèle social français.

Le champ est large et reste très général. Le rapport esquisse les solutions sans vraiment entrer dans le détail mais il est à noter que les points 1.1 à 1.5 s'inscrivent pleinement dans le champ d'actions des CCI.

Des propositions très proches ont également été formulées dans le rapport produit par le Conseil Economique Social et Environnemental (CESE) sur la compétitivité des entreprises
Oct. 2011
http://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Avis/2011/2011_11_competitivite.pdf

En dernier lieu, dans une récente étude opérée par la Commission européenne sur la compétitivité industrielle, quelques recommandations sont adressées à la France :

- Porter un effort accru sur la recherche et l'innovation (seulement 50% d'entreprises innovantes).
- déployer des efforts pour améliorer l'environnement des entreprises (notamment la simplification législative et administrative, l'accès au financement),

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/industrial-competitiveness/industrial-policy/files/fr_country-chapter_fr.pdf

1.2 La feuille de route « industrie » du réseau des CCI

Les CCI ont acté le renforcement de leur engagement au service de l'industrie dont le redressement devient un objectif national (AG ACFCI du 21 février 2012).

Les principaux champs d'actions pour l'industrie doivent porter sur :

- **Les réseaux d'entreprises : soutenir le développement des réseaux et groupement d'entreprises, accompagner la structuration et l'animation des filières,**
- **L'innovation et la R&D (faciliter l'accès aux services d'innovation pour les entreprises),**
- **L'international (développer les entreprises sur les marchés internationaux)**
- **Les relations grands groupes / PME,**
- **Qualité, compétitivité (relancer les démarches de qualité dans l'entreprise),**
- **Financement,**
- **Fonds propres,**
- **Attractivité des métiers de l'industrie (intéresser et attirer les talents, en particulier les jeunes).**

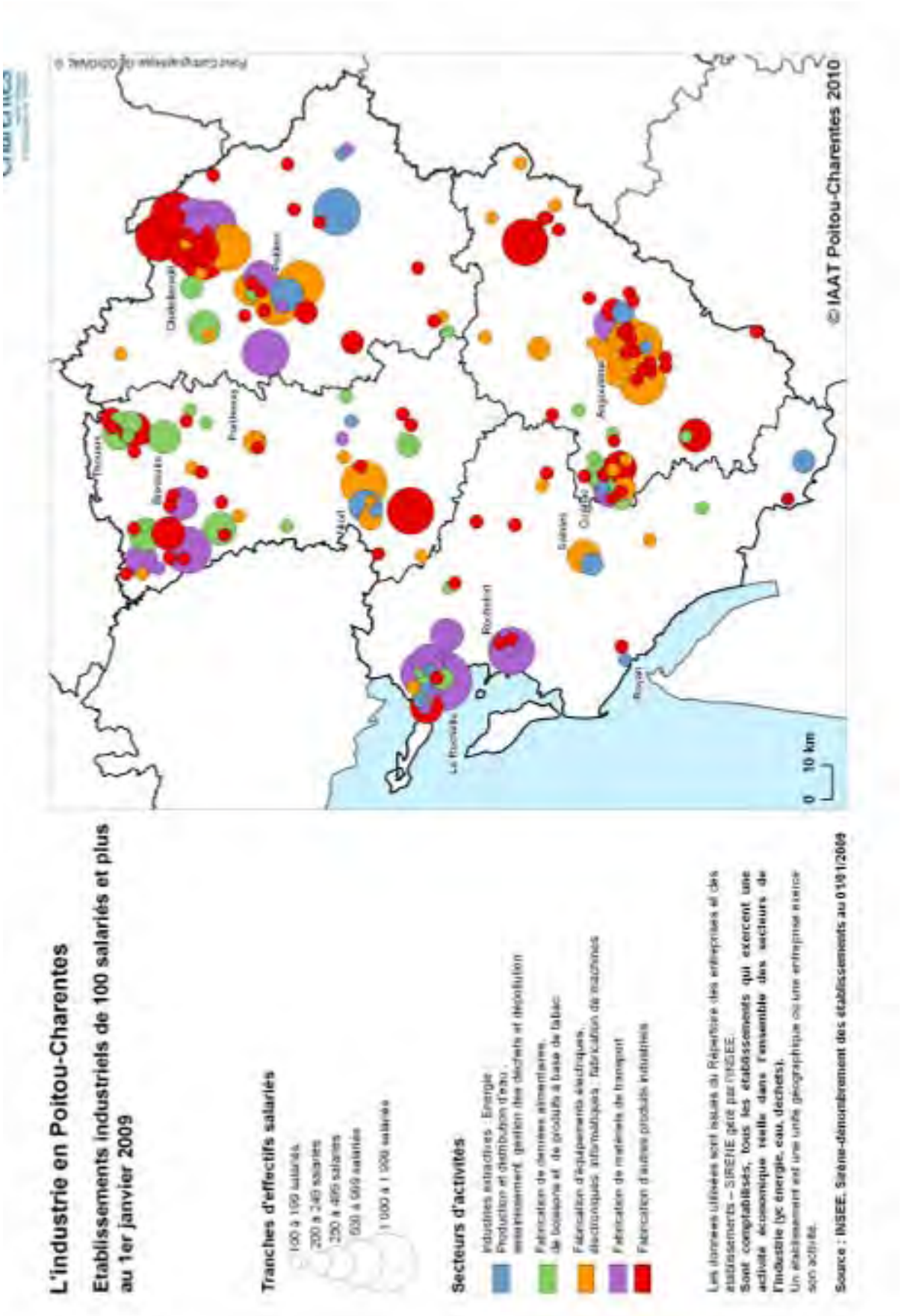
Les CCI disposent de nombreux outils d'accompagnement et d'expertise en lien avec ces champs d'actions, mais ils ne sont pas assez mis en valeur et nécessitent d'être mieux connus des entreprises
C'est en s'appuyant sur ces orientations que la Commission Industrie a construit un schéma sectoriel adapté à la Région Poitou-Charentes et aux besoins prioritaires exprimés par les chefs d'entreprise élus de la CCIR.

1.3 L'industrie en Poitou-Charentes

1.3.1 Chiffres clés et spécificités de l'industrie en Poitou-Charentes.

- Environ **4 118 établissements industriels** (auxquels il peut être ajouté environ 6000 entreprises des services à l'industrie et ce indépendamment des 6139 entreprises du BTP)
- **22 établissements industriels de plus de 500 salariés** (31 en tout avec les Services) : une moins forte proportion qu'en France,
- Majoritairement **un tissu industriel de TPE et PME: 85% ont moins de 10 salariés,**
- **Une industrie de main d'œuvre et une présence forte de sous-traitance,**
- Un déficit de compétences expertes à forte valeur ajoutée (ingénierie),
- L'INDUSTRIE pèse pour 13% de la Valeur Ajoutée régionale (dans la moyenne nationale), dopée essentiellement par les industries agro-alimentaires, dont le Cognac. En comparaison, le secteur du commerce & des services pèse pour 73% de la Valeur Ajoutée totale.

- Répartition géographique (cf. page suivante) :


L'industrie en Poitou-Charentes
Etablissements industriels de 100 salariés et plus au 1er janvier 2009
Tranches d'effectifs salariés
100 à 199 salariés
200 à 249 salariés
250 à 499 salariés
500 à 999 salariés
1 000 à 1 999 salariés
Secteurs d'activités
Industries extractives ; Energie
Production et distribution d'eau ; assainissement, gestion des déchets et dépollution
Fabrication de denrées alimentaires, de boissons et de produits à base de tabac
Fabrication d'équipements électriques, électroniques, informatiques ; fabrication de machines
Fabrication de matériels de transport
Fabrication d'autres produits industriels
Les données utilisées sont issues du Répertoire des entreprises et des établissements – SIRENE géré par l'INSEE.
Sont comptabilisés, tous les établissements qui exercent une activité économique réelle dans l'ensemble des secteurs de l'industrie (yc énergie, eau, déchets).
Un établissement est une unité géographique où une entreprise exerce son activité.
Source : INSEE, Sirène-dénombrement des établissements au 01/01/2009
© IAAT Poitou-Charentes 2010
0 10 km
Angoulême
Cognac
Saintes
Rochefort
Royan
La Rochelle
Niort
Parthenay
Thouars
Bressuire
Châtellerault
Poitiers

- Répartition géographique :

1.3.2 Les filières et réseaux d'entreprises à caractère industriel.

Les principaux réseaux d'entreprises qui sont identifiés comme ayant une vocation industrielle et qui sont accompagnés par les CCI sont principalement :

- L'**ARIA** (Association Régionale des Industries Alimentaires)
- Le **Pôle Aliments Santé** (entreprises agroalimentaires axées sur les enjeux nutritionnels)
- **Aeroteam** (acteurs régionaux de l'aéronautique et du spatial)
- Le **Pôle des Eco-industries** (acteurs régionaux impliqués dans la lutte contre le réchauffement et dans la préservation de l'environnement)
- Le **Cluster Eco-habitat** (acteurs de l'éco-construction)
- **Futurobois** (interprofession du bois en Poitou-Charentes)
- Le **Biopôle Santé** (réseau d'experts en biologie, eau et agronomie)
- **Atlanpack** (professionnels régionaux de l'emballage et du conditionnement)
- **L'Institut National de Design Packaging**
- Le **SPN** (entreprises du secteur numérique)
- **EI2S** (association de soutien au développement durable des entreprises du Grand Ouest)
- **16000 Images** (professionnels de l'image)
- **Offensiv'PME** (développement d'opportunités d'affaires)

Ces filières font partie d'un plan de développement que la Région Poitou-Charentes accompagne.

1.3.3 Innovation et Export pour les entreprises industrielles.

Le **développement économique** des entreprises industrielles est étroitement lié aux actions **d'innovation** qu'elles mettent en place ainsi qu'à leur capacité à développer de **nouveaux marchés à l'export**. Il est donc important d'avoir un positionnement au niveau régional pour ces deux volets liés à l'industrie. De même les conseillers devront avoir des missions plus transversales sur les problématiques d'innovation, d'industrie, d'international, mais également en matière de développement durable.

Innovation :

La région ne se place qu'à la **20ème place** en matière de recherche privée et au 17 ème rang en nombre de brevets publiés en 2010.
Pour autant, OSEO constate une hausse conséquente du nombre de projets d'innovation financés en 2010 dont 40% concernent l'Industrie Agro-Alimentaire.

La Stratégie Régionale de l'Innovation portée par l'Etat et la Région ont choisi de soutenir particulièrement les filières :

- du transport (nautisme, ferroviaire, aéronautique, automobile),
- de l'agro-alimentaire,
- du bois,
- de l'image et du numérique,

- des éco-industries.

Force est de constater que le tissu industriel régional est, de par son histoire, dense de petites entreprises ou d'entreprises en position de sous-traitant ayant de très fortes compétences technologiques mais peu de ressources de conception qui peut expliquer ce déficit d'innovation.

En revanche, la région Poitou-Charentes a la chance de disposer de 7 CRITT (Centres Régionaux d'Innovation et de Transfert de Technologies) : agro-alimentaire, chimie, informatique, horticole, industrie nautique, matériaux, Sport-Loisir, ainsi que Valagro, qui peuvent apporter des services aux entreprises.

Il est également très important de rappeler que l'Université de Poitiers (implantée à Poitiers, Châtellerault, Angoulême et Niort), l'Université de La Rochelle ainsi que les écoles d'Ingénieurs telles que l'ENSMA ou l'EIGSI disposent d'une très grande diversité d'expertises, de moyens d'essais au sein de leurs centres de recherche et proposent des formations très qualifiées (bac+5) qui sont également des moyens pour les entreprises de développer de nouveaux projets, et d'intégrer des ressources d'innovation. Il est également à signaler la présence de l'incubateur régional ETINCEL qui contribue à la création d'entreprises innovantes.

International

Poitou-Charentes est **au 20ème rang national** pour les exportations (soit 1300 établissements exportateurs).
Si les entreprises de type industriel pèsent pour 85% dans les exportations (principalement les grands groupes et notamment le secteur du Cognac), elles ne constituent qu'un peu plus de la moitié des exportateurs régionaux.
Pour la très grande majorité de ces pme industrielles qui exportent, elles ont en moyenne 13 salariés et un CA de l'ordre de 2700 k€ dont 11% à l'export.

Le potentiel de ces entreprises capables d'exporter passe en premier lieu par leur capacité à innover et à développer de nouveaux projets.

Ces deux **volets Innovation et International** font partie des axes que le CESER considère comme essentiels au développement des entreprises dans son dernier rapport diffusé 2011 sur « l'attractivité Industrielle de Poitou-Charentes ». De même il met notamment l'accent sur l'importance de sensibiliser les entreprises aux enjeux de **mutualisation et de regroupement**.

1.4 Le service apporté par les CCI aux entreprises industrielles

1.4.1 Missions et services des équipes industrie.

La mission principale des services industrie des CCI est d'assurer un travail d'information, de conseil, d'orientation et d'accompagnement auprès des entreprises industrielles, soit au travers d'actions collectives et/ou d'appui individuel.
Ce travail qui couvre de nombreuses composantes, fonctions et problématiques de l'entreprise (développement commercial, performance industrielle, achat, approvisionnements, sous-traitance, innovation/IE, gestion et financement, qualité sécurité environnement, immobilier, transmission, etc.) consiste à :

- détecter les besoins de l'entreprise (réalisation de diagnostics,..),
- sensibiliser ou informer l'entreprise sur des problématiques, ou sur les actions pouvant la concerner,
- rechercher les informations, les compétences, les expertises les plus à même de répondre au besoin de l'entreprise,
- mettre en réseau et contribuer au développement de filières,
- monter des projets pour les entreprises ou groupes d'entreprises,
- faciliter le développement et l'implantation d'entreprises sur le territoire,
- organiser, animer et/ou participer à des réunions techniques, tables rondes, salons… avec les autres acteurs du développement économique territorial,

Ce travail est actuellement opéré sur sollicitation des entreprises ou dans le cadre du travail de prospection et de suivi des conseillers.

1.4.2 Les actions collectives

Pour mener ce travail d'appui aux entreprises, les CCI sont porteuses (ou relaient) des actions collectives pour lesquelles elles mobilisent des ressources et des financements dédiés.

Au niveau régional, le montage et la promotion de ces actions collectives dédiées aux entreprises industrielles constituent un axe de travail important. Les actions d'aide aux entreprises actuellement en cours ou en montage portent sur les points suivants :

- **Lean Management** (pilotée par la CCI Deux-Sèvres) :_augmenter la compétitivité des entreprises par l'amélioration de leurs performances (coûts, délais, qualité, réactivité…),

- **Prim'Innov** (pilotée par la CCIR) : favoriser l'émergence et la réalisation de projets innovants dans les PME régionales avec une expertise et des ressources dédiées pour l'entreprise (en lien avec des centres de recherche régionaux),

- **Nautisme** (pilotée par la CCI de La Rochelle)
  - Recensement des savoir-faire dans les entreprises de la filière nautisme afin de rechercher des synergies entre elles;
  - Conseil en stratégie et marketing; s'inscrit dans le cadre du pôle d'excellence nautisme.

- **Diversification Commerciale** (piloté par la CCIR) : accompagner les PME par un positionnement de leur offre et par une action commerciale en adéquation avec leurs objectifs stratégiques et les attentes du marché.

- **Gestion Globale des Risques** (piloté par la CCI de Rochefort et de Saintonge) : accompagner les PME dans la maîtrise des risques commerciaux, financiers, techniques, sociaux, environnementaux, sociétaux, etc.… auxquels elles sont confrontées.

- **Entrepreneurs du Développement Durable** (pilotée par la CCI Deux-Sèvres) : sensibiliser et accompagner des PME dans leurs projets d'éco-activités et de développement durable ainsi que la promotion de leurs projets.

Ce type d'actions collectives doit se déployer avec une coordination régionalisée aussi bien dans leur montage que dans leur mise en œuvre.

De manière cumulée, cela représente aux alentours de 200 entreprises par an qui bénéficient d'actions d'accompagnement portées par les CCI.

Ces actions font partie d'un volet essentiel au soutien qu'apportent les CCI aux entreprises. **Si la teneur et le financement de ces actions évolueront dans le temps, il est essentiel de soutenir cette activité au niveau régional pour les entreprises.**

1.4.3 Les salons et événements de nature industrielle.

La mise en œuvre d'une politique régionale d'événements et de salons régionaux constitue également un axe de progrès significatif. Dès 2012 et en région, un certain nombre de ces événements vont se dérouler avec une représentation régionale (comme c'est déjà le cas par exemple du Salon Industriel de la Sous-Traitance –SIST) : Journées aliments santé, Salon de la croissance verte et des éco-industries, participation à des événements hors région, etc… Cette programmation sera à préciser annuellement et pourrait s'étoffer d'autres événements (ex : Intermecatronic, etc.).

Il existe en effet une offre de rencontres et manifestations organisées par chaque CCI avec une grande diversité de formats et de secteurs concernés. Il appartient de faire un état des lieux des événements organisés par les CCI sur l'ensemble du territoire et construire un programme de manifestations, de rencontres ou d'événements coordonnés qui répondent aux attentes des entreprises industrielles.

1.4.4 Les outils de formation liés à l'Industrie

Si le volet formation est déjà traité dans le cadre de la Commission régionale Formation, il est important de rappeler que les CCI organisent et proposent des formations industrielles dédiées au travers de leurs différents centres de formation implantés au niveau régional : IEQT et ISAAP de Rochefort, IFIA-CIFOP à Angoulême, CFAI de la Vienne, CIPECMA de Charente-Maritime, ou la CCI Deux Sèvres qui travaille en partenariat avec l'AFPI.

1.4.5 Organisation et effectifs dans les services industrie des CCI.

L'activité appui à l'industrie est organisée de manière très différente en fonction des territoires (agences locales ou non) **et les ressources allouées sont très hétérogènes par CCI** comme le montre le tableau ci-dessous. Elles constituent une équipe de 12.3 conseillers présents dans les chambres territoriales qui doivent couvrir des compétences très larges pour répondre aux besoins des entreprises.
Ces équipes sont complétées au niveau régional de compétences expertes (6 experts innovation, veille-intelligence économique, industrie et Cotraitel) qui sont déjà mutualisées pour intervenir en fonction des demandes des CCIT.

	nombre de conseillers industrie (ETP dédiés) /CCI	Répartition des conseillers industrie par CCI	Secrétariat associé (en ETP)	Nombre d'entreprises industrielles	% Ent. Indus. par département	Nombre effectif(*) d'ent. de service à l'industrie.	% Ent. Service à l'Indus. par département	**Total effectif des entreprises industrie et service indust.**	% Ent. Indust et Service à l'Indus. par département.
CCIT Angoulême	2	**13%**	0.5	1025	25%	1361	19%	2386	**21%**
CCIT Cognac	0.5	**3%**	0.25						
CCIT Rochefort & de Saintonge	3	**20%**	0.5	1453	35%	3020	41%	4473	**39%**
CCIT de la Rochelle	3.5	**23%**	0.5						
CCIT Deux Sèvres (1)	**5.5**	**37%**	1	782	19%	1290	18%	2072	**18%**
CCIT Vienne	0.5	**3%**	0	857	21%	1634	22%	2491	**22%**
Total conseillers industrie	**15**	**100%**	**2.75**	**4 118**		7305		**11422**	
CCIR de Poitou-Charentes ressources mutualisées au plan régional : 4 ARIST+1 IE+0.5 Innov/Industrie+0.5 Cotraitel	**6**								
Total des ressources industrie	**23.75**								

Nombre effectif(*) d'ent. de service industrie que les CCI peuvent servir (activités spécialisées: techniques & scientifiques, transport, info & communication, Prod. Et Distr. Energie, eau, déchets)

(1) CCI Deux Sèvres précise 2.8 ETP dédiés INDUSTRIE et 2.7 ETP présents en mission territoriale et se consacrant à des actions Industrie

Cf. précision sur ressources industrie CCI DS ci dessus

(*) Il est à signaler que les entreprises du secteur BTP sont également à prendre en compte dans ce tableau. Pour autant, un nombre limité d'entre elles sont en lien avec les CCI puisque plus de 83% sont des entreprises artisanales de moins de 10 salariés.

Il est à préciser que les conseillers dédiés à l'international interviennent principalement auprès des entreprises du secteur de l'industrie et des services à l'industrie qui représentent au niveau régional 11.9 ETP (cf. thème international)

1.5 Diagnostic des forces et faiblesses de l'action des CCI

Les Forces

- Une bonne connaissance des entreprises industrielles, une forte présence sur le terrain et particulièrement dans les pme,
- Une bonne reconnaissance d'un certain nombre d'acteurs du développement économique qui s'appuient sur le réseau des CCI (financeurs des entreprises ETAT-DIRECCTE, OSEO, RDT, institutions locales ou régionales, partenaires, etc.),
- Une organisation réactive,
- Des compétences très variées,
- Un conseil « neutre » reconnu,
- un réseau local et régional et national

Les Faiblesses-Difficultés

- Grande disparité dans la gestion et l'organisation du conseil aux entreprises industrielles en fonction des CCI (allant d'une activité planifiée de prospection, de conseil et de reporting au niveau d'un service jusqu'à une gestion au fil de l'eau…),
- Difficultés à mutualiser ou à relayer des actions qui pourraient prendre une dimension plus régionale (ex : salons, aco, etc.)

.

Les Menaces

- Raréfaction des financements publics pour les pme et le montage des actions,
- La concurrence d'autres acteurs opérant sur des missions opérées par les CCI,

Les axes de développement

- L'évaluation du service des CCI aux entreprises.
- Accroître la visibilité des actions menées,
- Organiser et optimiser les ressources au niveau régional,
- Travailler à une professionnalisation cohérente (experts/généralistes).
- Harmoniser les bonnes pratiques, les prestations et les outils.

2- Stratégie et priorités du réseau des CCI

Sur la base de cet état des lieux, la Commission Industrie propose que l'ensemble des CCI de Poitou-Charentes mettent en œuvre 3 axes stratégiques pour accompagner le développement économique des entreprises industrielles :

2.1 Rechercher des entreprises peu connues du réseau des CCI qui peuvent être accompagnées.

Cet axe stratégique rejoint pleinement la feuille de route Industrie de l'ACFCI qui précise l'importance de mieux faire connaître les dispositifs d'accompagnement et les services développés dans les régions aux entreprises industrielles (février 2012).

Objectif : Ce travail doit être centré sur une action d'information pour faire connaître aux dirigeants d'entreprise les produits et les services des CCI. L'objectif est de transmettre de l'information de manière à susciter l'envie des dirigeants avant même de se positionner dans l'offre de service et l'action de prospection commerciale. Une bonne connaissance des outils et des services que les CCI portent ou relaient doit permettre au dirigeant d'**anticiper** sur des besoins de court, moyen et long terme pour son entreprise.

Comment : ce travail passe par un travail de prospection structuré qui peut se décliner sur les actions suivantes :

2.1.1 Mettre en place une **activité de prospection planifiée qui s'appuie sur la GRC**,

2.1.2 Développer un **lien formalisé et étroit avec les centres de formation** pour relayer les actions et les services réciproques auprès des entreprises et détecter des besoins; cette action, déjà mise en œuvre par des CCIT, constitue une opportunité de relai supplémentaire

2.1.3 Développer **les relations avec les partenaires extérieurs** pour gérer de manière plus collective les actions d'information : filières, partenaires, branches professionnelles, etc.

2.1.4 Travailler avec **des outils et des services mutualisés déployés par toutes les CCI**.

2.2 Renforcement des filières – développement des alliances et des regroupements des entreprises

Faciliter et encourager les échanges et la mutualisation des moyens entre les entreprises est un des 9 axes prioritaires retenus par la Commission Nationale de l'Industrie dans son rapport « Ensemble, réindustrialiser la France pour la croissance et l'emploi ». Cet axe est également priorisé dans le cadre des travaux du CESER Poitou-Charentes en 2011.

Objectif : Le développement des alliances et du regroupement des entreprises est un enjeu fort mais difficile à mener. **Les CCI doivent montrer leur capacité à relier les entreprises entre elles. C'est un élément différentiateur.** L'objectif pour les chefs d'entreprise est tout autant de leur permettre de partager des expériences, d'échanger sur leur savoir-faire, d'accroitre leur réseau professionnel, d'organiser des rendez-vous d'affaires, de partager des ressources, de répondre à de futurs marchés voire de structurer des alliances en vue d'atteindre des tailles critiques.

Ces rencontres d'entreprise doivent être organisées pour stimuler le croisement des compétences, **donner la possibilité de développer les réseaux des chefs d'entreprise pour anticiper le développement de nouveaux projets.**

Quelles actions régionales mettre en place pour y arriver ?

2.2.1 **Consulter les donneurs d'ordre régionaux** : rechercher leur(s) intérêt(s) à renforcer leur ancrage territorial avec les entreprises régionales (intérêt environnemental, économique) – Recueillir leurs besoins et aider à la structuration d'une offre, (le SIAG et le SIST constituent déjà des opérations existantes qui s'inscrivent dans cette action)

2.2.2 **Faciliter la connaissance et le maillage des réseaux existants** ou en création (grappes, clusters, filières, autres.) en région. Développer la connaissance et la mise en relation avec les centres de compétences, les réseaux ou pôles de compétitivité des régions voisines.

2.2.3 **Développer et structurer au niveau régional les possibilités d'échanges** (speed dating, visites d'entreprise, manifestations spécifiques) **de manière coordonnée et lisible**,

2.2.4 **Disposer d'une base de données des entreprises industrielles régionales actualisée et connue (Cotraitel):** cet outil doit bénéficier d'un travail régional dédié pour une mise à jour régulière des informations en s'appuyant sur les conseillers industrie (soit par un travail couplé à la prospection terrain, soit en prenant en compte les fichiers de participation aux événements régionaux (lien étroit à établir avec la GRC). La question d'ouvrir cette base à des compétences plus larges que les métiers de la sous-traitance (pour amener les chefs d'entreprise vers des produits propres) doit faire également partie des réflexions à mener et des choix à faire. En conséquence, un travail de communication sera à mener auprès des cibles d'entreprises retenues pour faire connaître l'outil.

2.2.5 **Sensibiliser et (in)former les conseillers et les chefs d'entreprises** sur les intérêts, les outils et les actions possibles autour des possibilités d'alliances et de regroupement (formation de type ACFCI).

2.3 Attractivité du territoire : marketing territorial des CCI

Objectif

Créer un outil régional propre aux CCI qui soit un moyen de promotion du territoire dans les manifestations et les événements qu'elles organisent et auxquelles elles participent (salons, recherche d'implantation, d'entreprises, de compétences, etc.) et dans toutes les actions et les contacts opérés par les CCI qui le justifient.

Ce travail pourra s'appuyer sur une bonne connaissance par les CCI du tissu des entreprises industrielles existant mais il devra également se placer dans une démarche prospective :

- Analyser les manques de compétences industrielles du territoire (bureau d'études, ingénierie, etc.),
- Prendre en compte les zones industrielles d'avenir,
- Faire une analyse des autres expériences menées sur les autres régions pour identifier des éléments différenciant du territoire.

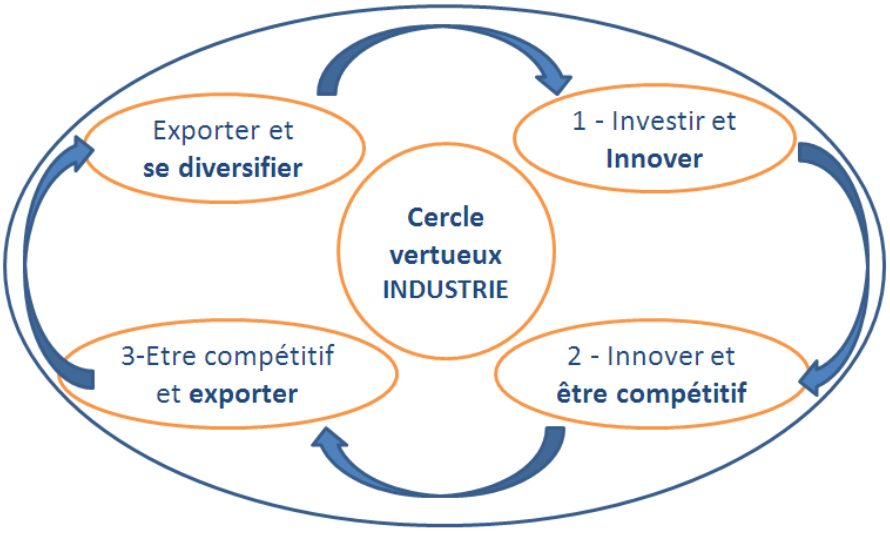
Comment

Construire ce document de marketing régional en prenant en compte :

- les critères DIFFERENCIANTS de la région Poitou-Charentes au niveau économique,
- les éléments structurants travaillés par la Commission Infrastructures,
- les points forts et les spécificités à l'échelle des CCI (par département).

2.4 Des priorités pour stimuler l'innovation et l'international

Innovation et international sont reconnus comme des enjeux stratégiques forts par tous les décideurs économiques tant au niveau national que régional. Les axes stratégiques proposés dans le cadre du volet industrie du schéma sectoriel doivent donc clairement intégrer ces 2 priorités de manière très opérationnelle, l'innovation constituant un préliminaire à toute action d'export.



2.4.1 International

Le volet Industrie du schéma sectoriel doit donc s'appuyer pleinement sur le plan d'actions proposé par la Commission internationale et le relayer de la manière la plus efficace possible dans les services industrie.
Si ce travail se fait déjà, il doit être structuré, programmé et renforcé au niveau régional entre les services industrie et l'équipe CCI international avec le souci de faire vivre un échange fluide et intense entre ces équipes qui interviennent sur les mêmes cibles d'entreprises.

De manière opérationnelle, ce travail de relai passe en premier lieu par des actions d'information et de formation menées dans toutes les CCI territoriales auprès des conseillers industrie par les conseillers experts à l'international. Par cette meilleure connaissance des services et des actions ou produits « international », les conseillers industrie pourront en être un relai auprès des chefs d'entreprise pour sensibiliser et/ou détecter des besoins à orienter vers les conseillers international expert. **C'est une action de démultiplication qui est visée.**
Pour s'inscrire dans la durée, des points d'avancement entre les services industrie et international sont à structurer dans l'année pour :

- **Suivre une programmation de profils d'entreprise** à potentiel international
- Faire des points d'avancement réguliers sur les entreprises rencontrées et leurs besoins d'appui exprimés

2.4.2 Innovation

Le travail sur les actions d'innovation - qui est traité dans le volet 3IE (Innovation-Information et Intelligence Economique) du schéma Appui aux Entreprises - a été mené pour donner une très bonne lisibilité des services et des prestations d'innovation qui sont portés et relayés par les CCI aux entreprises. **Il vise donc à proposer un catalogue de prestations d'innovation régionalisées aux entreprises allant de la détection de projets à l'apport d'expertise pour leur permettre d'innover.** Ce catalogue s'appuie notamment sur les prestations d'innovation apportées aux entreprises par l'action du Réseau de Développement Technologique (RDT).

Le RDT, qui est un outil très bien adapté aux besoins des PME et dont le service reconnu est largement « relayé» par les CCI est depuis le 1er janvier 2012 soumis à un désengagement national de son financeur historique OSEO auquel se substitue la très grande majorité des Régions au travers de leur Agence Régionale de l'Innovation.

La Région Poitou-Charentes n'ayant pas mis en œuvre cette agence, la question se pose de savoir si les CCI décident de financer (ou co-financer avec la Région Poitou-Charentes) le RDT pour maintenir ce service aux PME industrielles ? Cette question doit être spécifiquement débattue par les élus de la CCI régionale avant d'en inscrire les modalités de financement au présent schéma sectoriel le cas échéant.
Ce financement estimé à 100 k€ serait dédié à l'animation du réseau par 2 permanents (un ingénieur et une assistante).

Dans ces services aux entreprises, **la commission industrie souhaite que des efforts soient concentrés au niveau régional sur des actions opérationnelles :**
Le dispositif Prim'Innov (qui est déjà proposé au niveau régional) constitue une action ciblée pour les entreprises qui veulent innover. Le dispositif mis en place depuis 1,5 ans a déjà permis de mettre en place 44 projets d'innovation d'ampleur pour des pme en apportant des ressources et de l'expertise très qualifiées (Ingénieurs et experts des centres de recherche régionaux : Université de Poitiers, ENSMA, ENSIP, mais aussi Université de La Rochelle) sur des collaborations de 6 mois. Au-delà de ces projets structurants, ce dispositif a permis d'orienter et de rencontrer plus de 200 entreprises, de créer quelques emplois très qualifiés (Master, Ingénieur) dans des pme en optimisant les ressources CCI dédiées. **Mis en œuvre et relayé dans toutes les CCI, il pourra contribuer à la mise en place et la concrétisation d'un nombre de projets d'innovation significatifs pour les entreprises.**

En complément de Prim'Innov, l'intégration du RDT aux ressources mutualisées des CCI, si elle était décidée par une décision spécifique du bureau de la CCIR, permettrait de proposer une offre intégrée aux entreprises en optimisant les moyens.

2.5 Une organisation régionalisée des actions collectives à l'industrie

La bonne connaissance des entreprises permet aux conseillers industrie :

- Soit de déployer des actions de soutien à l'industrie décidées au niveau national en ciblant les entreprises les plus pertinentes,
- Soit d'être force de proposition auprès des financeurs publics pour que les CCI portent des actions collectives dédiées répondant aux besoins des entreprises.

Ainsi, les CCI de Poitou-Charentes ne portent actuellement pas moins de 6 actions collectives (ACO) ciblées sur les besoins des pme régionales (cf. § 1.4.1) qui peuvent représenter entre 100 et 200 entreprises/an.

Pour assurer la cohérence de ces actions, relayer le plus largement les besoins, permettre une mise en œuvre plus rapide des actions, ces ACO doivent être mises en œuvre au niveau régional.

En conséquence, il est proposé de porter au niveau régional ces actions collectives pour :

- le travail technique pour le montage des projets d'actions collectives auprès des financeurs régionaux,
- le travail de prospection, d'information, de candidature et de suivi des entreprises,
- le travail de coordination, de reporting, et de suivi administratif de ces actions collectives auprès des financeurs publics.

Ces actions pourront être portées par une CCIT par délégation de la CCIR ou par la CCIR comme c'est déjà le cas pour certaines d'entre-elles.

Ces 3 axes stratégiques ciblés pour l'industrie ainsi que les priorités transversales que sont l'innovation et l'international doivent être déployés en intégrant l'activité essentielle de conseil qu'apportent les CCI en matière de gestion et de performance de l'entreprise.

3- Plan d'actions

3.1 Objectifs opérationnels et indicateurs par axe stratégique

Axe 1 : RECHERCHER DES ENTREPRISES PEU CONNUES DU RESEAU DES CCI QUI PEUVENT ETRE ACCOMPAGNEES

Action 1 : Développer un lien formalisé et étroit avec les centres de formation pour relayer les actions et les services réciproques auprès des entreprises et détecter des besoins

Objectifs	Indicateurs
Mettre en place par CCI, une relation formalisée avec leur centre de formation (si ce n'est pas fait) : ex : 1 réunion/mois sur des besoins réciproques remontés des entreprises.	- Nombre de contacts d'entreprise relayés, - Nombre de projet détectés issus de la formation,

Action 2 : Mettre en place une activité de prospection planifiée qui s'appuie sur la GRC

Objectifs	Indicateurs
Planifier annuellement par CCI un fichier de prospection des pme peu connues du réseau.	- Nombre de nouvelles entreprises contactées par an (critères à définir), - Nombre des actions engagées suite à rdv - Nombre d'entreprise de la GRC n'ayant pas été en contact avec l'appui depuis plus de x ans (x=2 ?),

Action 3 : Développer les relations avec les partenaires extérieurs pour gérer de manière plus collective les actions d'information : filières, partenaires, branches professionnelles

Objectifs	Indicateurs
Organiser avec les contacts locaux (filière partenaires, etc.) des réunions de présentation respective des produits et services aux entreprises.	- Nombre de séances d'information ou de sensibilisation organisées avec les partenaires - Nombre des actions engagées suite à rdv avec partenaires - Nombre d'entreprises nouvellement connues

Action 4 : Travailler avec des outils et des services mutualisés déployés par toutes les CCI

Objectifs	Indicateurs
- Mise en œuvre de la GRC, - Formation et mise à niveau pour les conseillers des outils et des services régionalisés (ex : auto-diagnostics dédiés « industrie », Précellence, Prim'Innov, actions collectives, etc.), - Réalisation d'enquêtes ciblées Réunions régionales des conseillers Industrie : partager les difficultés rencontrées et harmoniser l'offre CCI aux entreprises (les bonnes pratiques, organisation), - proposer des nouvelles actions collectives régionales - planifier des actions de prospection ciblées (quoi ? combien ? comment ?) -	- Suivi des indicateurs de rdv d'entreprise, - Nombre des actions mises en œuvre (par type de service proposés), - Activité ETP de phoning régionalisée - Nombre de réunions régionales des conseillers, - Ré-organisation des ressources régionales, - Nombre de nouvelles actions collectives proposées,
Nombre d'ETP : 4.4 ETP (~25 % des ressources des CCIT actuelles dédiées à l'industrie)	
Coûts ETP (coût moyen ETP industrie chargé ~60 k€) : 266 250 €	
Coûts externes : 0 k€	
Total : 266 250 €	

Axe 2 : RENFORCEMENT DES FILIERES – DEVELOPPEMENT DES ALLIANCES ET REGROUPEMENT DES ENTREPRISES.

Action 1 : Consulter les donneurs d'ordre régionaux.

Objectifs	Indicateurs
- Les sensibiliser à l'intérêt d'un ancrage économique local (DD, circuit court, réactivité, compétitivité), - Identifier leurs besoins (mieux connaitre leurs appros - Les informer sur l'offre régionale, - Aider à la structuration d'offres (rencontre de partenaires possibles),	- Analyse quantitative: nombre de donneurs d'ordre rencontrés, - Analyse qualitative : position des donneurs d'ordre et champs possibles de collaboration, - Documentation d'une base régionale des donneurs d'ordre (qui pourra alimenter et renforcer le SIST à dimension régionale) - Nombre de projets en montage.

Action 2 : Faciliter la connaissance et le maillage des réseaux existants ou en création.

Objectifs	Indicateurs
- Etre « acteur » dans la filière pour lui apporter les services des CCI (en s'appuyant sur **les référents CCI identifiés** de chaque réseau), - Informer les entreprises sur les filières, les réseaux, et les groupements existants en région pour inciter à l'adhésion, - Accompagner la mise en lien avec les réseaux hors région (pôles de compétitivité, grappes, etc.).	- Bilan annuel de suivi par filières (nombre et nature des actions menées avec les filières), - Quelles actions de communication régionales mises en œuvre (ateliers de sensibilisation, événements, etc.), - Participation à des manifestations régionales, - Taux de croissance des filières, détection ou disparition de filières, - Nombre d'études prospectives/an sur les filières (Info Eco)

Action 3 : Développer et structurer au niveau régional les possibilités d'échange pour les chefs d'entreprise (speed dating, visites d'entreprise, événements, etc.)

Objectifs	Indicateurs
- Développer le réseau des chefs d'entreprise - Organiser de manière structurée et coordonnée au niveau régional un programme de manifestations régionales, départementales et locales, - Donner aux chefs d'entreprise une lisibilité de l'offre régionale (communication).	- Construction d'un programme d'événements, de thèmes, et de formats « régionalisés » (nombres, formats, etc.) - Mise en place d'une organisation mutualisée au niveau régional en fonction des événements, - Nombre de participants à ces évènements, - Exploitation des enquêtes de satisfaction qualitative (attractivité de ces événements)

Action 4 : Disposer d'une base de données régionale actualisée des savoir-faire industriels / définir et mettre en place les évolutions à apporter à l'outil Cotraitel.	
Objectifs	**Indicateurs**
Opérer la mise à jour de la base de données industrielle (Cotraitel) en lien avec les CCIT : - Couplage à la GRC, - Couplage aux listes de participants aux événements régionaux, - Mise en œuvre d'une réelle gestion régionale de la base. Promouvoir et communiquer auprès des entreprises sur le service et l'intérêt de Cotraitel.	- % des données actualisées, - Taux de visite de la base de données

Action 5 : Sensibiliser et former les conseillers et les chefs d'entreprise sur les regroupements, alliance d'entreprise (les intérêts, les outils, et les actions possibles)	
Objectifs	**Indicateurs**
- Former les conseillers d'entreprise industrie aux actions de regroupement, - Sensibiliser et former les chefs d'entreprise - Accompagner les entreprises à structurer des regroupements	- Nombre de conseillers formés, type de formation suivie. - Nombre de chefs d'entreprise sensibilisés et formés, - Nature et nombre de regroupement
Nombre d'ETP : 3.2 ETP dont **2.7 ETP (~15 % des ressources des CCIT actuelles dédiées à l'industrie)** **+ 0.5 ETP (ressource régionale mutualisée dédiée à cotraitel)**	
Coûts ETP (coût moyen ETP industrie chargé ~60 k€) : 189 750 €	
Coûts externes (chiffrage à affiner): 320 k€ **dont : 300 k€ (action 3 : organisation de rencontres d'entreprise)** **5 k€ (action 4 : communication Cotraitel)** **15 k€ (action 5 : formation et communication)**	
Total : 509 750 €	

Axe 3 : ATTRACTIVITE DU TERRITOIRE : MARKETING TERRITORIAL DES CCI.	
Objectifs	**Indicateurs**
Construire un document de marketing territorial industrie des CCI qui s'appuie sur : - Les critères économiques différenciant, - Les atouts caractéristiques qui se dégagent de la commission Infrastructure. - Une analyse des forces et des faiblesses du territoire - Une déclinaison au niveau de chaque département - Une analyse « concurrence » des actions comparables opérées sur d'autres territoires régionaux.	- Réalisation de supports de communication, -
Nombre d'ETP : 0.55 ETP dont **0.3 ETP (~2 % des ressources des CCIT actuelles dédiées à l'ind.)** **+0.25 ETP (ressource régionale mutualisée dédiée à cette action)**	
Coûts ETP (coût moyen ETP industrie chargé ~60 k€) : 32 000 €	
Coûts externes : 20 000 € **dont : 20 000 € (réalisation de supports de com.: web, flyers, plaquettes)**	
Total : 52 000 €	

3.2 Synthèse des moyens et ressources à mettre en œuvre

La synthèse des ressources industrie dédiées sur les actions régionales prioritaires sont donc résumées dans le tableau ci-après :

Axes	**ETP**	**% des ressources industrie des CCI**	**Coût masse salariale**	**Coûts externes** (achats, prestations externes)
1 – Rechercher des entreprises peu connues du réseau des CCI qui peuvent être accompagnées	4.4	25 %	266 250€	-
2 – Renforcement des filières / Développement des alliances et regroupement des entreprises	2.7	15 %	159 750€	320 000€
3 – Attractivité du territoire : marketing territorial	0.5	3 %	31 950€	20 000 €
Total	**7.6**	**43 %**	**457 950€**	**340 000€**

Au-delà de ces actions prioritaires, les conseillers industrie interviennent également soit en conseil, soit pour sensibiliser, ou informer les entreprises sur des questions:

- d'innovation et/ou d'intelligence économique,
- export ou international (pour certaines chambres territoriales seulement).

Dans ce cas ils détectent les besoins, identifient les questions soulevées et peuvent s'appuyer sur des ressources expertes régionales CCI qui sont déjà mutualisées et partagées :

- les experts innovation et/ou intelligence économique CCIR (ou d'autres partenaires de l'innovation : RDT/OSEO, etc.)
- les experts du réseau CCI International.

De fait, la Commission Industrie s'appuie pleinement sur le travail mené par la Commissions 3IE et la Commission International du schéma sectoriel Appui aux entreprises pour apporter aux chefs d'entreprise une offre lisible de ces services.
En revanche dans le cadre du schéma industrie il est important d'identifier le temps qui peut être consacré à ces 2 priorités que sont l'innovation et l'international.

Considéré comme une action transversale prioritaire pour l'industrie le temps dédié à la détection de projets et le conseil à l'innovation ne peut guère constituer un temps inférieur à 20% de l'activité des conseillers industrie.

Concernant l'activité internationale des conseillers industrie elle doit s'appuyer très fortement sur les conseillers du réseau CCI International. Aussi, leur action doit rester limitée (5%) pour porter essentiellement sur :

- **la détection de besoins d'entreprise, ou d'entreprises innovantes à potentiel export identifié dans le cadre de leur suivi industriel**
- **un travail de prospection ou de suivi concerté avec les conseillers International pour avoir un déploiement plus large des services possibles à l'international.**

De fait, le tableau ci-dessous précise les ressources consacrées

Priorités Transversales : Innovation International	**ETP**	**% des ressources industrie des CCI**	**Coût masse salariale**	**Coûts externes** (achats, prestations externes)
Innovation – Intelligence Economique :	3.6	20 %	213 000€	-
International : détection de projets, information, échange avec les conseillers International	0.9	5 %	53 250€	
Total	**4.5**	**25 %**	**266 250€**	

Le solde temps résiduel consacré à des activités et des prestations d'ordre purement locales ou non régionalisées représentent de l'ordre de 32 % des ressources dédiées à l'industrie. Ce chiffrage résiduel semble en accord avec les informations estimées par des CCIT.

La synthèse des actions régionales Industrie que la commission Industrie propose de mettre en œuvre dans toutes les CCI suivant une organisation partagée et coordonnée est explicitée dans le tableau ci-dessous.
Pour donner une bonne lisibilité, il présente :

- **une proposition de répartition des ressources à mettre en place au niveau territorial** pour répondre aux priorités et aux attentes mises en avant par la Commission Industrie,
- **Il fait apparaître la prise en charge par les CCI d'un service aux entreprises (Réseau de Développement Technologique)** qui risque sinon de disparaitre définitivement (puisqu'il n'existe pas d'Agence Régionale de l'Innovation),
- **Les ressources et expertises existantes et déjà mutualisées au niveau régional** qui interviennent en soutien aux CCI territoriales sur des expertises précises (innovation brevets, intelligence économique, etc.).

Axes et Priorités mises en œuvre par les CCI de Poitou-Charentes	ETP	% des ressources industrie des CCI	Coût masse salariale	Coûts externes (achats, prestations externes)
1 – Rechercher des entreprises peu connues du réseau des CCI qui peuvent être accompagnées	4.4	25 %	266 250€	-
2 – Renforcement des filières / Développement des alliances et regroupement des entreprises	2.7	15 %	159 750€	320 000€
3 – Attractivité du territoire : marketing territorial	0.5	3 %	31 950€	20 000 €
Innovation – Intelligence Economique :	3.60	20 %	213 000€	-
International : détection de projets, information, échange avec les conseillers International	0.9	5 %	53 250€	
Total CCIT	**12.1**	**68 %(*)**	**724 200€**	**340 000 €**
Ressources déjà mutualisées au niveau régional en supp. du thème 3IE (4 ARIST+1 IE + 0.5 Industrie + 0.5 Cotraitel*)	6.00		30 000€	
Total CCI	**18.1**		**754 200€**	**340 000 €**

(*) Le solde temps complémentaire consacré à des activités et des prestations d'ordre purement locales ou non régionalisées représentent de l'ordre de 33 % des ressources dédiées à l'industrie. Ce chiffrage résiduel semble en accord avec les informations estimées par des CCIT.

Rappel des ressources régionales dédiées Industrie présentes en CCI au 01/05/2012

	nombre de conseillers industrie (ETP dédiés) /CCI	Répartition des conseillers industrie par CCI	Secrétariat associé (en ETP)	Nombre d'entreprises industrielles	% Ent. Indus. par département	Nombre effectif(*) d'ent. de service à l'industrie.	% Ent. Service à l'Indus. par département	**Total effectif des entreprises industrie et service indust.**	% Ent. Indust et Service à l'Indus. par département.
CCIT Angoulême	2	**13%**	0.5	1025	25%	1361	19%	2386	**21%**
CCIT Cognac	0.5	**3%**	0.25						
CCIT Rochefort & de Saintonge	3	**20%**	0.5	1453	35%	3020	41%	4473	**39%**
CCIT de la Rochelle	3.5	**23%**	0.5						
CCIT Deux Sèvres (1)	**5.5**	**37%**	1	782	19%	1290	18%	2072	**18%**
CCIT Vienne	0.5	**3%**	0	857	21%	1634	22%	2491	**22%**
Total conseillers industrie	**15**	**100%**	**2.75**	**4 118**		7305		**11422**	
CCIR de Poitou-Charentes ressources mutualisées au plan régional : 4 ARIST+1 IE+0.5 Innov/Industrie+0.5 Cotraitel	**6**								
Total des ressources industrie	**23.75**								

Nombre effectif(*) d'ent. de service industrie que les CCI peuvent servir (activités spécialisées: techniques & scientifiques, transport, info & communication, Prod. Et Distr. Energie, eau, déchets)

(1) CCI Deux Sèvres précise 2.8 ETP dédiés INDUSTRIE et 2.7 ETP présents en mission territoriale et se consacrant à des actions Industrie

3.3 Calendrier

Ce volet industrie du schéma sectoriel pose les actions prioritaires proposées par la Commission sur lesquelles les CCI doivent s'investir (et investir) à moyen terme collectivement au niveau régional. **Ce premier travail présente donc des axes stratégiques clairs avec des chiffrages encore globalisés et partagés au niveau régional**. En revanche, si les axes stratégiques sont clairement identifiés, les actions qui en découlent, les objectifs attendus, ainsi que les moyens dédiés devront être précisés et affinés de manière concertée par un travail technique à mener par le Groupe Technique Régional Appui aux Entreprises.

Il est indispensable de programmer des points d'étapes (semestriels ou annuels à définir) pour que la commission évalue la mise en œuvre opérationnelle du schéma, précise ou corrige les axes stratégiques retenus. L'objectif reste de mettre en place un plan d'actions régional qui réponde aux besoins des entreprises de manière concertée, lisible et qui permettra une réelle optimisation des ressources.

3.4 Gouvernance

Comme précisé dans le paragraphe 3.3 dédié au calendrier, il est proposé que la Commission Industrie se réunisse 1 à 2 fois par an pour faire des points d'avancement du plan d'actions mis en œuvre et décider des ajustements stratégiques à apporter.

En outre les actions de cette commission doivent s'inscrire en cohérence avec les autres volets que sont l'innovation, l'information et l'intelligence économique, l'international mais aussi le développement durable.

ANNEXE : Composition de la commission industrie

La commission Industrie est constituée :

- **d'élus de chacune des CCIT :** DE BOYSSON Xavier (CCIT Vienne); GEORGET Didier (CCIT Vienne); DELIMOGES Stéphane (CCIT Angoulême); POINAUD Didier (CCIT Angoulême); VERGER Gérard (CCIT Deux-Sèvres); DUTRUC Philippe (CCIT Deux-Sèvres); MEUNIER Jean-Pierre (CCIT la Rochelle); FRAGNE Frédéric (CCIT la Rochelle); BASTARD Eric (CCIT Cognac); CAILLET Roland (CCIT Rochefort Saintonge); OBER Yves (CCIT Rochefort Saintonge).

- et de permanents de chacune des CCIT et de la CCI Poitou-Charentes : FAUGOUIN Patrick ; THOMAS Michel, BOULARD Jean-Christophe, HURTREZ Emmanuel ; LE RONCE Bertrand ; MONTIZON François ; PION Olivier ; RIOLLET Jean-Philippe ; GUILLEMOT Patrick

La commission est présidée par Xavier de BOYSSON (CCIT Vienne) et animée par la CCIR.

Rappel des réunions réalisées

Commission Industrie	***Réunions de travail des permanents***
22 septembre 2011	11 janvier 2012
23 novembre 2011 (4 élus et 10 techniciens)	01 février 2012
01 février 2012 (1 élu et 9 techniciens)	15 février 2012
28 mars 2012	20 mars 2012
09 mai 2012	17 avril 2012

Volet

TOURISME

Président de commission :

Jean-Michel BRUNET

1 – Etat des lieux

1.1 – Contexte

1.1.1 – Contexte national

1.1.2 – Contexte régional

1.2 – Offre de services «Tourisme» des CCI de Poitou-Charentes

1.2.1 – Offre régionale

1.2.2 – Organisation

1.2.3 – Effectifs et budget

1.3 – Analyse de la conjoncture

2 – Enjeux et stratégie

2.1 – Les enjeux

2.2 – La stratégie

3 – Plan d'actions

Cf annexes

4– Mise en œuvre du volet TOURISME

4.1 - les principes
4.2 - les moyens
4.3 - les indicateurs
4.3 - la gouvernance

Annexes
Fiches actions

1 – Etat des lieux

1.1 – Contexte

1.1.1 – Contexte national

Si en 2011, la France arrive encore en tête du palmarès des pays les plus visités avec un nombre de visiteurs de 77 millions (devant les Etats-Unis et la Chine), celle-ci confirme son recul en termes de recettes (-5,8% / 46,6M€) et se place en troisième position derrière les Etats-Unis (103,5M€) et l'Espagne (52,5M€).

Poids économique national du tourisme

Si l'on cumule, l'hébergement, la restauration, les activités agences de voyages, les voyagistes, le tourisme représente en France (2011) :

- 219 767 entreprises
- 601 330 ETP
- 757 939 salariés
- 78,4 milliards d'euros de Chiffre d'Affaires

Le poids économique du tourisme dans l'économie française peut aussi s'apprécier par la **production** de sa branche hôtels et restaurants par rapport aux autres branches de production (en 2009, source Insee).

Bâtiment ➔ 195 Mds€
Transport ➔ 157 Mds€
IAA ➔ 125 Mds€
Energie ➔ 123 Mds€
Tourisme ➔ 85 Mds€
Agriculture ➔ 79 Mds€
Activités récréatives et sportives ➔ 77 Mds€
Automobile ➔ 69 Mds€

1.1.2 – Contexte régional

Poids économique du tourisme en Poitou-Charentes (source Observatoire régional du tourisme, les chiffres clés 2012/CRT):

- 1,83 Mrds € (2007) de chiffre d'affaires annuel des entreprises touristiques (28% hébergement, 10% loisirs, 24% restauration/bar et 38% activités connexes)

- Véritable filière économique régionale :
  - → près de 24.000 emplois salariés (4,6% du total région) (2008)
  - → jusqu'à 36.000 emplois salariés en saison estivale
    67% de ces emplois sont situés en Charente-Maritime et 23% en Vienne

- 9ème rang des régions françaises les plus visitées (en nb de nuitées) (2011)
- Charente-Maritime : 2ème département le plus visité de France (nb de nuitées), 1er département français par son nombre d'établissements de thalassothérapie
- 3 sites touristiques dans le top 25 des sites français les plus fréquentés (Futuroscope, Aquarium de La Rochelle et Zoo de la Palmyre)
- 4 stations thermales (7ième région thermale de France)

Caractéristiques globales

- Une offre en restructuration : évolution vers plus de qualité, volonté de la Région d'avoir un maximum d'hébergeurs certifiés « écolabel européen »
- Un déséquilibre notable régional : forte concentration sur le littoral et zone du Futuroscope
- 15% de clientèle étrangère, essentiellement européenne

Capacité d'accueil touristique

Poitou-Charentes propose quelques 300.000 lits marchands, répartis de la façon suivante :

	Nb d'établissements	Nombre de lits
Hôtellerie de plein air	488	171 662
dont campings classés	434	167 717
dont autres terrains (PRL, aires naturelles...)	54	3 945
Hôtellerie de tourisme (hôtellerie classée tourisme + hôtellerie de chaîne économique non classée)	515	36 674
Meublés de tourisme	8 686	40 030
dont Gîtes de France	1 617	9 356
dont Clévacances	285	1 467
dont autres meublés classés	6 783	29 207
Chambres d'hôtes labellisées	1 487	3 866
dont Gîtes de France	1 221	3 142
dont Clévacances	215	587
dont Fleurs de Soleil, Accueil Paysan	51	137
Résidences de tourisme	29	6 447
Centres de vacances (auberge jeunesse, village...)	124	24 404
Total des Lits marchands		**283 083**
Résidences secondaires	127 216	636 080
Total des Lits touristiques		**919 163**

NB : Aux différents modes d'hébergement présentés dans le tableau précédent, il conviendrait d'ajouter les hôtels non classés et les meublés saisonniers ou chambres d'hôtes non labellisés ou classés, dont le nombre est difficile à quantifier.

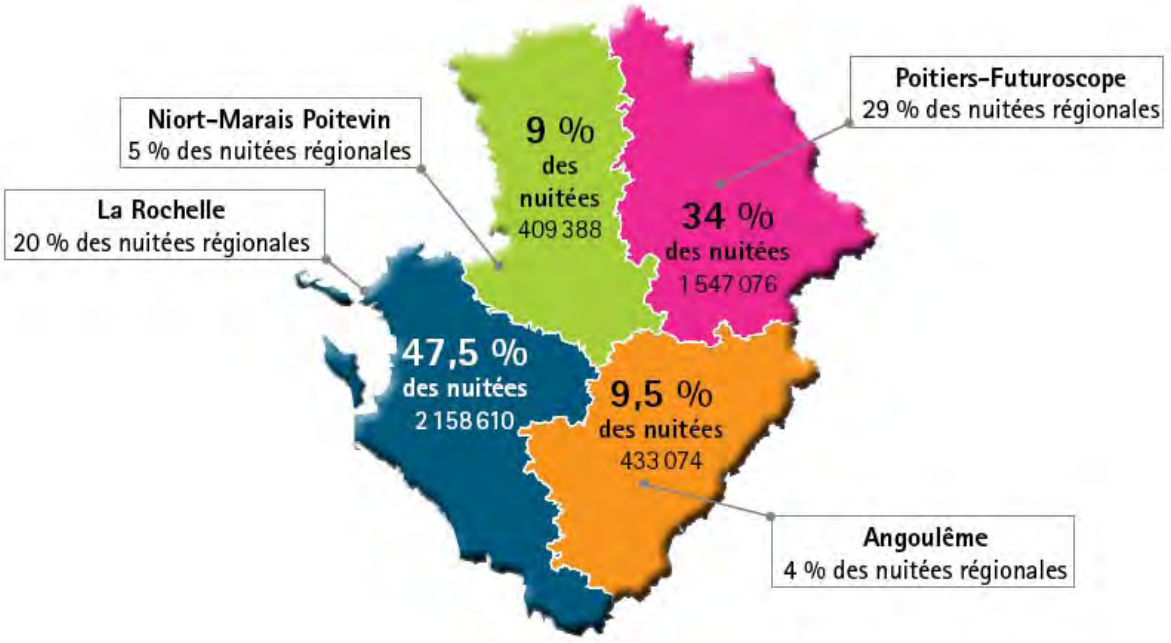
Source : Insee, CDT, CRT 2011

La majorité des lits marchands est en camping (60%), quant à l'hôtellerie, elle ne représente que 12,5%.

Fréquentation de l'hôtellerie

Elle représente 2,8 millions de personnes pour environ 4,54 millions de nuitées. Comme la tendance nationale (+3,2%), la fréquentation accuse une hausse de fréquentation par rapport à 2010 (+4,2%). La plupart des nuitées se fait en 2 étoiles (21%) et 3 étoiles (49%).

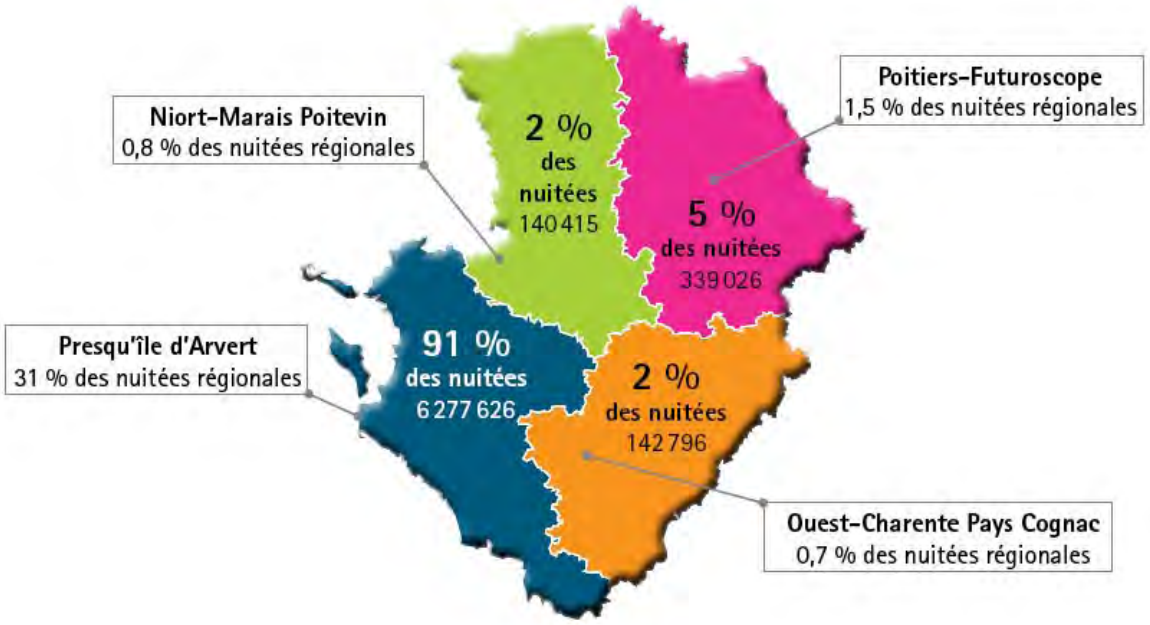
Nuitées par zones touristiques (source Insee, CRT 2011):


Niort-Marais Poitevin
5 % des nuitées régionales
La Rochelle
20 % des nuitées régionales
9 % des nuitées 409 388
Poitiers-Futuroscope
29 % des nuitées régionales
34 % des nuitées 1 547 076
47,5 % des nuitées 2 158 610
9,5 % des nuitées 433 074
Angoulême
4 % des nuitées régionales

Fréquentation de l'hôtellerie de plein-air

Elle représente 1,19 million de personnes accueillies dans les campings pour près de 7,25 millions de nuitées. Elle enregistre une hausse record de fréquentation par rapport à 2010 de +6,7%. Les nuitées se répartissent à peu près également entre les 2 étoiles (32%), les 3 étoiles (35%) et les 4 étoiles (30%).

Nuitées par zones touristiques (source insee, CRT 2011):


Niort-Marais Poitevin
0,8 % des nuitées régionales
2 % des nuitées 140415
Poitiers-Futuroscope
1,5 % des nuitées régionales
5 % des nuitées 339026
Presqu'île d'Arvert
31 % des nuitées régionales
91 % des nuitées 6 277 626
2 % des nuitées 142 796
Ouest-Charente Pays Cognac
0,7 % des nuitées régionales

Clientèle française

A 85% la clientèle des nuitées en hôtellerie et hôtellerie de plein-air est française. Elle est concentrée sur le littoral avec 75% en Charente-Maritime. Suit la Vienne avec 17%. Poitou-Charentes est la 9ième région la plus visitée de France.

Clientèle étrangère

La région se situe au 15ième rang national. Les réservations étrangères représentent 15% des nuitées régionales. Elle est en hausse de +3,4% par rapport à 2009. La clientèle étrangère est d'abord représentée par la Grande-Bretagne (36%) puis les Pays-Bas (22%), l'Allemagne (12%) et la Belgique (11%).

Les sites de visites

Ils représentent environ 8 millions de visiteurs. La fréquentation est stable mais les 5 premiers sites de visites pèsent à eux seuls 4 millions de visiteurs.

Fréquentation des principaux lieux de visite (plus de 50 000 visiteurs)

Nom du site	*Commune*	*Département*	*Visiteurs 2009*	*Visiteurs 2010*	*Visiteurs 2011*
Futuroscope	JAUNAY-CLAN	Vienne	1 700 000	1 865 000	**1 850 000**
Aquarium	LA ROCHELLE	Charente Maritime	NC	NC	**NC**
Zoo de la Palmyre	LES MATHES	Charente Maritime	748 388	683 340	**712 282**
Centre Aquatique les Antilles	JONZAC	Charente Maritime	330 000	358 700	**397 500**
Chantiers de l'Hermione	ROCHEFORT	Charente Maritime	264 603	221 022	**273 854**
Centre Aquatique	CHATELLERAULT	Vienne	190 000	180 000	**196 500**
Phare des Baleines	SAINT-CLEMENT DES BALEINES	Charente Maritime	185 916	137 493	**195 878**
Vallée des Singes	ROMAGNE	Vienne	193 680	183 000	**191 290**
Centre Aquatique Palmilud	PERIGNY	Charente Maritime	180 932	188 653	**181 584**
Circuit automobile	LE VIGEANT	Vienne	120 000	170 000	**170 000**
Centre Aquatique	CHATELAILLON	Charente Maritime	193 259	119 397	**169 332**
Phare de Chassiron	SAINT-DENIS D'OLERON	Charente Maritime	151 845	140 512	**160 859**
Centre Aquatique Iléo	DOLUS-D'OLERON	Charente Maritime	-	133 551	**152 645**
Centre Aquatique Atlantys	SAINT-JEAN-D'ANGELY	Charente Maritime	196 160	133 317	**152 512**
Centre Aquatique Abysséa	CIVAUX	Vienne	133 000	133 000	**144 300**
Centre International de la Mer	ROCHEFORT	Charente Maritime	151 626	107 372	**138 035**
Cité de l'Ecrit	MONTMORILLON	Vienne	135 000	135 000	**135 000**
Les Tours	LA ROCHELLE	Charente Maritime	100 211	104 164	**119 552**
Halles aux Vivres	HIERS BROUAGE	Charente Maritime	105 079	98 610	**91 921**
Centre Aquatique Aquare	SAINT MARTIN DE RE	Charente Maritime	-	NC	**78 160**
Maisons de Cognac*	COGNAC	Charente	91 590	NC	**NC**
Planète des Crocodiles	CIVAUX	Vienne	74 174	70 000	**70 000**
Paléosite	SAINTE CESAIRE	Charente Maritime	54 224	62 757	**61 905**
Château des Enigmes	PONS	Charente Maritime	49 638	52 956	**60 407**
Parc de la vallée	MASSAIS	Deux Sèvres	NC	52 500	**60 000**
Cité de la BD	ANGOULEME	Charente	51 669	60 827	**59 306**
Zoodyssée	VILLIERS EN BOIS	Deux Sèvres	60 772	60 250	**57 295**
Abbaye	SAINT SAVIN	Vienne	46 776	45 729	**57 000**
Amphithéâtre, Arènes	SAINTES	Charente Maritime	45 910	45 670	**51 291**
Pôle Nature de Vitrezay	SAINT SORLIN DE CONAC	Charente Maritime	36 121	28 237	**50 525**
Espace Mendès-France	POITIERS	**Vienne**	**55 000**	50 100	**50 000**

*données sur la saison estivale

NC = non communiqué

Source : CRT, Bilan 2011 des sites et lieux de visites

(*) L'Aquarium de La Rochelle annonce un taux de fréquentation d'environ 800 000 visites/an.

A noter également qu'un site naturel ouvert comme le Marais Poitevin représente 600.000 visiteurs environ.

<u>Contexte politique et institutionnel</u>

De nombreux acteurs institutionnels traitent du tourisme en Poitou-Charentes :

- Comité Régional du Tourisme
- Agences de Développement Touristique
- Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative
- Les Chambres de Commerce et d'Industrie,

- Syndicats professionnels
- Europe : Fonds européens (Feder – FSE)
- DIRECCTE (Etat)

A ces acteurs institutionnels, s'ajoutent tous les acteurs privés

- Groupements, réseaux volontaires, associations de professionnels
- Ecoles, centres de formation spécialisés
- Foires et salons,
- Groupes hôteliers,
- Grands sites et équipements
- Hôtels, Campings, chambres d'hôtes, gites…
- Agences de voyages…

Le Comité Régional du Tourisme

La Région a confié à son Comité Régional du Tourisme, le soin d'élaborer son « Schéma Régional de Développement Touristique 2011-2015 ». Dans un secteur en constante évolution, il a pour ambition de répondre à deux défis principaux :

- qualifier l'offre pour l'adapter à la demande ;
- mieux la commercialiser.

Le Schéma Régional de Développement Touristique 2011-2015 s'articule autour de 4 axes stratégiques :

- **la mise en avant de 5 destinations** de forte notoriété :
  - Marais Poitevin
  - Iles et Littoral
  - Cognac-Vallée de la Charente
  - Poitiers-Futuroscope
  - La Rochelle

- **la valorisation de 5 thématiques en phase avec les attentes des touristes** :
  - vacances de caractère
  - écotourisme
  - loisirs vélo
  - familles/enfants
  - bien-être

- **le développement d'un « tourisme solidaire »** en faveur de l'accompagnement individualisé aux primo-partants (dispositif « Tous en Vacances ») et du maintien des hébergements du tourisme social.

- **l'organisation territoriale et la professionnalisation des acteurs du tourisme.**

En terme d'appui aux entreprises, le CRT se donne pour pour objectif d'accompagner les professionnels aux mutations de leur métier : e-tourisme, vente en ligne, tourisme durable mais également d'assurer auprès d'eux la promotion et l'appropriation des labels « tourisme et handicap » et « écolabel européen ».

La mise en œuvre de ce schéma doit se faire en partenariat avec les autres institutionnels présents sur le territoire, dont le réseau des CCI. Une organisation en mode projet a été mise en place par le CRT.

Les CDT / ADT

Les Comités Départementaux du Tourisme sont devenus des Agences de Développement Touristique en fusionnant avec les UDOTSI. Ces nouvelles structures ont pour objectifs :

- La définition de la stratégie départementale
- La mutualisation des compétences et des moyens
- De délivrer une expertise auprès des professionnels privés (exemple : Animateurs Numériques du Territoire).
- Actions sur la qualification de l'offre (classement, labels…)
- Création des Offices de Pôles

1.2 – Offre de services « Tourisme » des CCI de Poitou-Charentes

1.2.1 – Offre régionale et locale

La CCI Poitou-Charentes

Son action se situe sur deux axes. Un axe vertical par lequel elle assure une coordination des actions et un transfert des informations entre le réseau territorial des CCI et la tête de réseau nationale (CCI France). Son action est également horizontale en créant des liens avec les organismes et institutionnels régionaux (CRT, Région, Direccte…) avec lesquels elle peut être amenée à passer des accords, des conventions dans le but de rendre plus efficaces les actions de terrain.

En complément à ces missions de coordination, la CCI Poitou-Charentes peut exercer des actions de dimension régionale à destination des entreprises : co-animation du Club Régional des Hébergeurs Ecolabellisés, organisation d'événements régionaux (conférence), etc.

La CCI Poitou-Charentes anime et met à jour également une page facebook d'information professionnelle à l'usage des professionnels du tourisme de la région.

Les CCI territoriales

L'action des CCIT vise à développer un tourisme durable, c'est-à-dire une activité économique rentable et pérenne respectueuse de l'environnement et des hommes, et reliée à son territoire. Les conseillers tourisme des CCIT travaillent principalement en direction des hôtels indépendants, des restaurants, des campings, des gestionnaires de site ou des prestataires d'activités de loisirs.

Les conseillers accompagnent les entreprises touristiques dans leur développement, par un suivi individuel et des actions collectives, notamment sur la mise aux normes, le classement, les démarches qualité, la commercialisation ou le développement durable. Ils suscitent et animent des réseaux, clubs et groupements professionnels.

Par ailleurs, les CCIT, aux côtés des acteurs locaux et régionaux (CRT, ADT, OT…) contribuent à l'observation économique du tourisme, à la structuration de l'offre, à l'animation et à la promotion du territoire.

En Poitou-Charentes, on relève plusieurs thématiques traitées par toutes les CCIT en accompagnement collectif et / ou individuel:

En collectif

- **Accessibilité** : entre 15% et 25% des établissements sont aux normes

- **Sécurité** : entre 65% et 80% des établissements sont aux normes « sécurité incendie » (Etude CCI nov. 2011)

- **Réforme du classement** : nouveau classement réalisé par 43% des établissements (chiffre national Atout France en juillet 2012). En Poitou-Charentes, 222 hôtels sur 515 ont reçu leur nouveau classement. Pour rappel, le basculement officiel dans le nouveau classement a eu lieu le 24 juillet 2012. Depuis cette date, aucun établissement ne peut afficher l'ancien classement.

- **Clubs Hôtellerie et Restauration**
  L'animation des clubs d'hôteliers ou de restaurateurs est présente dans toutes les CCI. Elle permet à la CCI et aux professionnels de s'informer mutuellement et d'échanger sur les problématiques « métiers », de mettre en place des actions et outils collectifs.

En Individuel :

- Appui à la Création-Transmission-Reprise
- Conseil commercial
- Conseil de gestion (aide à la mise en place d'outils de prévision, de suivi et d'analyse des résultats)
- Appui à la mise aux normes, à l'accès au nouveau classement
- Aide au montage de dossiers de financement pour la modernisation des établissements
- Hygiène : réalisation de diagnostic des installations et équipements
- Démarches de progrès : qualité, environnement,

D'autres thématiques sont traitées mais de façon inégale d'une CCIT à l'autre :

- **Qualité / Labellisation**
  - Actions essentiellement collectives d'information sur « tourisme et handicap » (accompagnement individuel repris ensuite par des associations spécialisées)
  - Titre Maître Restaurateur : action collective d'information et quelques accompagnements de dossiers. Création d'un club des Maîtres Restaurateurs en Charente
  - La CCI des Deux-Sèvres accompagne les CHR dans une démarche qualité à travers l'outil national « Préférence Commerce »

- **TIC – Internet**
  - Passeport pour l'Economie Numérique, forum e-tourisme, Open system… La stratégie web est un sujet traité essentiellement en Charente-Maritime

- **Développement durable / Environnement**
  - Livret Développement Durable, guide d'applications pour les CHR (CCI de La Rochelle)
  - Quelques diagnostics environnement (CCI de Rochefort et de Saintonge)

- **Observation du tourisme**
  - Essentiellement en Charente-Maritime avec Viséo 17 et l'observatoire qualitatif des clientèles touristiques (en partenariat avec l'ADT)
  - Etude chiffres-clés (tourisme en Deux Sèvres et hôtellerie en Vienne)

- **Evénementiel & communication**

- Les CCIT sont partenaires et associées à des développements d'événements importants, souvent en cœur de ville, dont la fréquentation est très importante, assurant des retombées économiques d'envergure et une réelle attractivité (FIDB, Francofolies, Blues Passion, Circuit des remparts…etc).
- Le développement du tourisme d'affaires est un enjeu important pour lequel les CCI participent à l'élaboration d'une offre permettant ainsi une meilleure visibilité (Futuroscope, Congrès Cités…)
- Des CCI organisent ou soutiennent des événements qui mettent en avant les filières et les métiers liés à la restauration et à l'hôtellerie : Carrefour des métiers de bouche en Deux-Sèvres, Les Gastronomades à Angoulême, Les Escales shopping à La Rochelle, les TOP du tourisme à Poitiers.
- Des CCIT s'engagent dans la création de guide et de dynamique sur la gastronomie et le tourisme, comme par exemple « Flâneries Gourmandes » à Angoulême.

1.2.2 – Organisation

Les CCIT du Poitou-Charentes ont constitué un maillage territorial avec un réseau de permanences, d'antennes et d'agences sur l'ensemble de la région.

1.2.3 – Effectifs et budget

	ETP affectés au tourisme
CCIT d'Angoulême	2
CCIT de Cognac	0,3
CCIT de Roch. & Saint.	2,7
CCI de La Rochelle	1,5
CCI des Deux-Sèvres	1
CCI de la Vienne	1
CCI PCH	0,6
Total	**9,1** *Soit une estimation de 436 800€* en ressources fiscales (avec la masse salariale)*

Source CCIT
(*) 1 ETP ➔ 48.000€

1.3 – Analyse du contexte

Si le tourisme en Poitou-Charentes est un secteur économique important, celui-ci reste soumis à des caractéristiques pouvant constituer des contraintes qu'il est nécessaire de prendre en compte afin de garantir son développement et d'en exploiter le potentiel.

Tout d'abord, la répartition de l'offre n'est pas homogène, le littoral concentre la plus grande partie de l'activité d'hébergement et l'activité touristique est très saisonnière. L'effort à fournir peut donc être de nature différente d'un département à l'autre, en zone urbaine ou rurale.

Les réformes en cours soumettent les professionnels du tourisme à de profonds changements qui peuvent menacer la survie d'un certain nombre d'établissements : sécurité incendie, prise en compte du handicap et accessibilité, nouveau classement, etc.

Avec 60% des achats touristiques sur internet, le virage numérique engage les hébergeurs à s'adapter à ce nouveau mode de consommation au risque de devenir hors marché.

Par ailleurs, il existe une concurrence forte entre les régions françaises mais aussi avec les destinations à l'international qui tirent les prix vers le bas : pays émergents de l'Est (comme la Croatie), voyages « low-cost » dans la zone méditerranéenne… Les aléas de la conjoncture économique font que rien n'est jamais acquis et le client est constamment à la recherche du meilleur rapport qualité/prix. Dans cette recherche de qualité, le consommateur a tendance à porter sa confiance sur les destinations de « marque », celles reconnues. C'est sur celles-ci qu'il est important d'axer la promotion.

Il faut ajouter à ce constat une baisse constante des fonds publics qui rend les actions plus difficiles et nécessite une réorganisation régionale des acteurs, notamment institutionnels.

2 – Enjeux et stratégie

2.1 – Les enjeux

Il est important que le tourisme soit reconnu comme une véritable filière économique essentiellement constituée de TPE et PME. Par ailleurs, le nombre très important d'intervenants du secteur rend peu lisibles les actions, y compris celles des CCI.

Les enjeux principaux seront donc :
- La qualité et la rentabilité de l'offre proposée par les entreprises du secteur tourisme, sur tout le territoire.
- L'affirmation et la reconnaissance des compétences du réseau des CCI pour contribuer au développement du secteur par leur action de terrain au bénéfice des entreprises.

➔ Proposer une offre de qualité

Permettre aux professionnels du tourisme d'acquérir ou de conserver une offre de qualité, en phase avec les besoins et attentes des consommateurs.

En proposant une offre d'hébergement modernisée et mise aux normes, et en particulier sur l'accessibilité.

Les professionnels du tourisme et particulièrement les hébergeurs sont soumis à une série de modifications à mettre en œuvre au sein de leurs établissements afin de répondre aux exigences de nouvelles lois. Parmi celles-ci, après la « sécurité incendie » en 2010, vient la réforme du classement qui est effectif depuis le 24 juillet 2012 ; date à laquelle tous les anciens classements ont été annulés, puis les normes d'accessibilités qui seront obligatoires à partir de 2015.

En amenant les professionnels à intégrer des démarches qualité

Le tourisme représente par ailleurs une filière très complexe, avec une multitude d'acteurs qui interviennent tout au long de la « chaîne touristique » de l'agence de voyage à l'hébergeur, en passant par le transporteur et le prestataire d'activité, voire les équipements publics et le commerçant de proximité. Une entreprise touristique peut évidemment mettre en œuvre de façon volontaire toutes les bonnes pratiques de la qualité, mais si les autres acteurs de la chaîne touristique locale ne jouent pas le jeu, cette initiative aura beaucoup moins de poids. L'enjeu du tourisme de qualité relève du niveau territorial : il suppose une sensibilisation et une mise en réseau des différents acteurs du tourisme autour de valeurs et de pratiques partagées.

Les CCI comptent parmi leurs ressortissants toutes les entreprises actrices de la chaîne touristique ; du transporteur au commerçant, en passant par le gestionnaire de site et le prestataire d'activités de loisir. Elles sont donc à même de mener des actions de sensibilisation, de formation ou d'accompagnement sur l'ensemble de la filière.

Par la maîtrise du web et des TIC comme outil de promotion et de commercialisation.

Selon les données 2011 du Cabinet Raffour Interactif, une majorité de touristes préparent leurs vacances sur internet (53%) et 72% d'entre eux convertissent cette préparation en réservation.
Le tourisme est devenu le 1er secteur économique du commerce électronique.

Le baromètre annuel Raffour démontre que 82% des français sont des internautes. Les différences dues à l'âge s'amenuisent et les retraités sont de plus en plus présents en ligne. Dans quelques années le chiffre sera proche des 90% de touristes qui seront internautes.

En conséquence, les professionnels sont désormais conduits à penser prioritairement « numérique » et à intégrer cette composante dans toutes leurs actions de promotion, de vente, ainsi que dans leurs prestations (exemple, le wifi gratuit dans les établissements).

Internet évolue. Le simple site vitrine (marchand ou pas) n'est plus suffisant. Depuis 3 ou 4 ans s'amplifie de façon exponentielle le phénomène des réseaux sociaux. En 2008, 2 millions de français connectés à Facebook : en 2011, ils sont 23 millions.
Il est à ce stade nécessaire de connaître le chiffre mondial, compte tenu de la place de la France comme premier visité : Facebook dépasse les 800 millions d'individus.
C'est véritablement un nouveau continent qui apparaît devant nos yeux avec une puissance d'action très importante.

En parallèle, il faut mettre en avant les ventes de « Smartphones » et tablettes. L'internet devient mobile, réactif et de tous les instants.

Les hébergeurs doivent savoir que l'on parle d'eux sans qu'ils le sachent s'ils ne suivent pas leur "e-réputation", à travers notamment les sites d'avis comme Tripadvisor.
Le moteur de recherche Google va intégrer les avis des internautes dans l'affichage de ses résultats de recherche. Dans le Baromètre Raffour Interactif, 74% des e-touristes ont lu les avis des autres et majoritairement s'en sont trouvés influencés.

En répondant à la volonté croissante d'intégrer des notions de Tourisme Durable dans le développement des entreprises.

Parce que le tourisme est une activité économique de premier plan et que son développement repose principalement sur l'exploitation des ressources naturelles, environnementales, culturelles et humaines du territoire, les entreprises du secteur touristique sont particulièrement concernées par la durabilité.

Pour anticiper un encadrement réglementaire de plus en plus contraignant, mais aussi répondre aux nouvelles exigences d'une clientèle touristique soucieuse d'authenticité et d'éthique, les entreprises touristiques, plus vite que les autres doivent s'approprier et intégrer de nouvelles pratiques durables. Une vingtaine d'hébergements touristiques ont obtenu à ce jour l'écolabel européen en Poitou-Charentes.

➔ Affirmer les compétences des CCI

Les CCI sont au quotidien sur le terrain, en contact direct avec les entreprises du tourisme. Les autres acteurs institutionnels, notamment le CRT et les ADT partagent avec les CCI la même analyse du contexte économique touristique. Les CCI ont donc un rôle important à jouer auprès des professionnels et doivent faire reconnaitre leurs compétences.

2.2 – La stratégie

A la suite des premiers éléments de réflexions des élus de la Commission Régionale et la prise en compte des enjeux qui s'imposent dans le domaine du tourisme, la Commission propose d'orienter l'action des CCIT autour de quatre axes :

➔ Appuyer le développement des pme du tourisme.

L'appui aux entreprises est fondamental car c'est par elles que se fait le développement du tourisme en Poitou-Charentes. Leur activité doit prendre en compte les enjeux importants. Certains de ces enjeux sont du ressort de l'obligation réglementaire (Accessibilité), d'autres portent sur l'indispensable (TIC / Internet) et d'autres sur l'intégration des obligations de demain et la mutation de la demande (tourisme durable).

Trois thématiques prioritaires :
-Accessibilité ;
-TIC/web ;
-Tourisme durable (en lien avec le schéma sectoriel « Développement Durable »)

➔ Partenariat avec les autres institutions (notamment le Comité Régional du Tourisme)

Le CRT a voté un Schéma Régional de Développement Touristique et a passé des accords pour sa mise en œuvre, avec les comités départementaux du tourisme.

Les thématiques phares du CRT sont les mêmes que celles du réseau des CCI (Accessibilité, TIC, Tourisme Durable). Par ailleurs, les Offices de Tourisme s'organisent en pôles et mutualisent leurs compétences pour renforcer leurs actions auprès des professionnels. Les techniciens des offices interviennent parfois directement auprès des ressortissants des CCI sur des prestations en conseil, diagnostic sur ces mêmes thématiques phares. Il est donc nécessaire de s'organiser et d'agir en concertation.

La participation à des salons professionnels, en partenariat avec les institutions, sera étudiée dans le cadre du Programme Régional des Salons et Evénements 2012/2013 et validé en Bureau de la CCI Poitou-Charentes.

Par ailleurs, il est envisagé en partenariat avec les entreprises et les partenaires institutionnels de promouvoir le tourisme d'affaires et le tourisme de découverte économique.

➔ Promouvoir une cohérence régionale dans la qualité de l'offre (dispositif de qualité territoriale)

Poitou-Charentes ne dispose pas d'un Dispositif de Qualité Territoriale. Les dispositifs qualité des réseaux professionnels sont gérés au niveau national pour l'obtention du label « Qualité Tourisme ». Il convient de promouvoir l'intégration en Poitou-Charentes du label Qualité-Tourisme pour tous les autres professionnels (hors réseau professionnel). La DIRECCTE souhaite aller dans ce sens et a sollicité la CCI Poitou-Charentes. L'avancée des travaux sera aussi conditionnée par la volonté de l'Etat de faire une vraie campagne de communication sur le Label « Qualité tourisme ».

Au delà des acteurs du tourisme, d'autres acteurs assurent un lien entre deux activités touristiques (transport, commerce, taxi…). Une étude des points de progrès dans la chaîne de qualité pourrait être faite par territoire (à un niveau assez local) et déboucher sur une organisation en groupe de professionnels pour résoudre les problèmes et développer d'autres axes de progrès.

➔ S'appuyer sur la notoriété des destinations phares de la région

La région abrite des professionnels, des grands sites de visites incontournables et dont la notoriété dépasse les frontières régionales, voire nationales (Cognac, Aquarium de la Rochelle, Futuroscope, etc..). Le développement de ces grands sites, entraine dans son sillage un grand nombre de professionnels (hébergeurs, sites de visites, musées, etc.)

- Favoriser les échanges, la mutualisation et les projets communs entre les leaders du tourisme picto-charentais (Aquarium de la Rochelle, Marais Poitevin, Cognac, BD Angoulême, Zoo de la Palmyre…) et les grands événements (FIBD,Francofolies, Blues Passions Circuit des Remparts…).

Ces échanges, qui pourraient avoir lieu dans le cadre de la création d'un club ont pour but de faire jouer la synergie et le développement de réseaux entre les grands acteurs pour le développement du tourisme en Poitou-Charentes. Le développement de ces grandes entreprises entraîne celui d'acteurs plus modestes qui bénéficient alors aussi, dans un deuxième temps des effets de cette mutualisation (hausse du nombre de réservations, du nombre de visites, etc.)

3 – Plan d'actions

Voir fiches actions en annexes

4 – Mise en œuvre du volet « tourisme »

4.1 - Les principes

CCI Poitou-Charentes

➔ Elabore la stratégie régionale « tourisme » du réseau des CCI (Schéma sectoriel, actions, budget) avec les élus CCI Poitou-Charentes (qui sont également élus CCIT) et les permanents des CCIT.
➔ Est l'interlocuteur des institutionnels régionaux du tourisme et de CCI France
➔Anime certains groupes professionnels régionaux (clubs des hébergeurs éco-labellisés, club des Grands Acteurs…)
➔ Rassemble les observations locales pour en déduire une observation régionale
➔ Assure la coordination, la mutualisation et la cohérence des actions, des projets et des outils.

Les CCIT

➔ Mettent en œuvre la stratégie régionale
➔ Accompagnent les entreprises
- dans leur développement (qualité, réglementation, attractivité…)
- dans la création et la transmission
- dans la formation

➔ Coordonnent les actions locales
➔ Animent les réseaux professionnels
➔ Observent le tourisme local
➔ Développent le partenariat avec les collectivités locales

4.2 – Moyens annuels du plan régional d'actions « tourisme »

Stratégie	**ETP**	**Ressources fiscales** (dont masse salariale)	**Coûts externes** (achats, prestataires externes)
1 – Appui aux PME du tourisme	0,8	38.400 €	54.600 €
2 – Partenariat avec les autres institutionnels	0,2	9.600 €	
3 – Qualité de l'offre touristique	0,2	9.600€	
4 – S'appuyer sur les destinations phares de la région.	0,3	14.400€	
Total	**1,5**	**72.000€**	**54.600€**

4.3 – Indicateurs

Axes	Indicateurs
1 – Appui aux PME du tourisme	-nombre d'ateliers/showrooms -nombre de participants aux ateliers/showrooms -nombre d'entreprises rencontrées et accompagnées (indiv.) -Taux de satisfaction des entreprises
2 – Partenariat avec les autres institutionnels	-nombre de réunions CCI/collectivités, -nombre d'actions / produits mutualisés, -rapport temps passé sur le résultat effectif.
3 – Qualité de l'offre touristique	-lancement ou non d'une Démarche Qualité Territoriale -création effective ou non de groupes locaux de qualité des acteurs de la chaîne touristique.
4 – S'appuyer sur les destinations phare de la région (mutualisation des grands acteurs touristiques, création d'un groupe)	-nombre de réunions, -taux de participation des membres du groupe -nombre d'actions, de projets résultants -rapport temps passé sur le résultat effectif -satisfaction des participants

4.4 - Gouvernance

Une **commission régionale « tourisme »** (élus tourisme CCI Poitou-Charentes et techniciens CCIT/CCI Poitou-Charentes) qui pilotera et réorientera si besoin la mise en œuvre du volet « Tourisme » du Schéma Régional « Appui aux entreprises » (1 réunion par trimestre)

Un **Groupe Technique Régional** (techniciens CCIT/CCI Poitou-Charentes) qui pilotera techniquement la mise en œuvre du volet « tourisme » et en particulier le plan d'actions. Il s'assurera du bon suivi des indicateurs et fera remonter tout élément (changement, difficulté…) devant faire l'objet d'un arbitrage en Commission.

Chaque action du plan d'actions fera l'objet d'une **organisation régionale** et des référents seront nommés dans chaque CCIT ; le but étant d'assurer une bonne coordination dans le déploiement.

Membres de la Commission régionale « tourisme » et du Groupe Technique Régional du schéma sectoriel « Appui aux entreprises »

MEMBRES- Élus	**MEMBRES - Permanents**
BAZELAIRE Marcel – CCIT La Rochelle	BÉCHON Frédérique – CCIT Angoulême
BLANCHARD Dominique – CCIT La Rochelle	BELLANGER Olivier - CCIT Cognac
BRUNET Jean-Michel – CCIT Vienne	BOHMERT Christophe – CCIT Deux-Sèvres
COATES Christian – CCIT Cognac	BONNEAU Stéphane – CCIT La Rochelle
FAUCHET Hervé - CCIT Rochefort & Saintonge	CRUSSARD Arnaud - CCIT Rochefort & Saintonge
GUIGNARD Claude – CCIT Deux-Sèvres	GAUTIER Olivier – CCI Poitou-Charentes
HUMMEL Dominique – CCIT Vienne	LAVENAC Pascale – CCI Poitou-Charentes
LAURENTJOYE POUEY Dominique - CCIT Angoulême	LAVIGNE Laurent - CCIT Angoulême
POINAUD Didier – CCIT Angoulême	MONTIZON François – CCIT Cognac
	PRIOUX Philippe – CCIT Vienne
	RIOLLET Jean-Philippe – CCIT Rochefort & Saintonge

Président de la commission : Jean-Michel Brunet, CCI Vienne

ANNEXES
Fiches actions

FICHE ACTION n° 1

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Tourisme

Axe 1 – Appuyer le développement des pme du tourisme

Action : Développement Durable / Accessibilité

Objectifs de l'action	Elaborer un document de sensibilisation des hébergeurs touristiques à l'accessibilité et la prise en compte du handicap.
Description de l'action	Guide permettant aux entreprises du tourisme d'avoir une meilleure connaissance de leurs obligations réglementaires et de pouvoir réaliser un premier auto-diagnostic
Moyens humains	Groupe de travail CCIT Vienne et Rochefort.
Moyens techniques	
Coûts externes	4.600€ pour 10.000 exemplaires
Calendrier	Dès la rentrée 2012
Indicateurs	Réalisation effective du guide. Nombre de guides remis
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 2

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Tourisme

Axe 1 – Appuyer le développement des pme du tourisme

Action : Développement Durable / accompagner vers le management environnemental et la Performance Globale (écolabel)

Objectifs de l'action	Permettre d'accompagner le mieux possible les hébergeurs touristiques dans une démarche de qualité globale et d'obtenir une certification
Description de l'action	Parcours "sensibilisation - accompagnement" à l'aide d'un outil (éventuellement et sous réserve, "itinéraire eco3" développé en région par CCI PACA) Parcours proposée aux entreprises : – Présentation de la démarche – Journée de formation collective à l'outil – Choix du label – Autodiagnostic (outil) – Accompagnement individuel (consultant et conseiller tourisme) – Plan d'action (outil) – Suivi de réalisation de critères (outil) – Suivi des consommations, statistiques personnelles (outil) – Groupes de travail collectifs possibles – Communication (presse, doc support, événement)
Moyens humains (ressources fiscales)	pour 20 entreprises accompagnées : 3jX20 = 60j soit 0,3ETP, soit 14.400€
Moyens techniques	Logiciel d'accompagnement et de gestion
Coûts externes	3-5000 euros + 200 à 300€ par entreprise inscrite au programme soit pour 20 entreprises 11.000€ (+ 5.000€ de communication - plaquette) (prix IE3)
Calendrier	2013
Indicateurs	nombre d'entreprises accompagnées, satisfaction des entreprises
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 3

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Tourisme

Axe 1 – Appuyer le développement des pme du tourisme

Action : Sensibiliser les professionnels du tourisme au développement de leur activité par les TIC et le web.

Objectifs de l'action	1 : Informer le professionnel du tourisme sur l'intérêt des TIC dans son activité. 2 : Sensibiliser les PME du tourisme sur les technologies web pour développer leur activité. 3 : Apporter des solutions concrètes aux entreprises désireuses d'appliquer les TIC à leur activité
Description de l'action	Objectif 1 : Edition d'un guide d'utilisation des réseaux sociaux (régionalisation du guide de la CCI de La Rochelle, téléchargeable sur internet) Objectif 2 : Ateliers thématiques d'1 demi-journée pédagogique illustrée d'exemples concrets (modèle atelier de l'innovation) Objectif 3 : Showroom sur 1/2 journée, conférence sur une thématique puis accès à un mini-espace d'exposition qui permet aux commerçants d'échanger et de rencontrer des prestataires.
Moyens humains (ressources fiscales)	Ateliers : 10 ateliers, 0,25 ETP soit 12.000€ (chiffrage basé sur les ateliers de l'innovation) 5 jours par showroom soit pour 8 showrooms 40j. Total ETP : 0,25 soit 12.000€
Moyens techniques	Intervenant extérieur
Coûts externes	Intervenant : 6000€ (ateliers) et 16000€ (showroom. 8x2000€ : Chiffrage basé sur celui de la Rochelle) Communication sur l'ensemble des événements : 10000€
Calendrier	A compter du dernier trimestre 2012
Indicateurs	nombre de show-room, nombre de professionnels présents, indice de satisfaction

FICHE ACTION n° 4

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Tourisme

Axe 2 – Partenariat avec les autres institutionnels

Action : Partenariat CCIT/CCIR et CRT/ADT

Objectifs de l'action	Agir de façon concertée avec les autres institutionnels afin d'y faire entendre la voix du réseau des CCI et de ses ressortissants. Affirmer les compétences des CCI
Description de l'action	Partenariat CRT Participation du réseau à la mise en œuvre du schéma de développement touristique du CRT et notamment sur 4 thématiques : Formation, Services aux entreprises, Commercialisation en ligne, Acquisition d'audience. Autres institutionnels : CDT, OT, FROTSI
Moyens humains (ressources fiscales)	Partenariat CRT : 0,2 ETP
Moyens techniques	
Coûts externes	
Calendrier	Dès mai 2012
Indicateurs	nombre d'actions mutualisées, rapport temps passé sur le résultat effectif.
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 5

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Tourisme

Axe 3 – Assurer une cohérence dans la qualité de l'offre

Action : Promouvoir le label « Qualité Tourisme » en Poitou-Charentes.

Objectifs de l'action	Permettre aux professionnels du tourisme de se fédérer autour d'un référentiel qualité reconnu et de faire valoir la qualité de service
Description de l'action	Phase 1 – Etudier la possibilité, en lien avec la DIRECCTE, d'intégrer Qualité Tourisme dans une démarche territoriale régionale. Phase 2 – Après analyse des ressources et de l'organisation nécessaire mise en place d'un plan d'action spécifique Phase 3 - Mise en place de partenariats avec les acteurs du tourisme (CDT, CDT, OT, Atout France, Direccte….) Action locale mais communication régionale et nationale, puis attribution de la marque en comité régional.
Moyens humains (ressources fiscales)	Phase 1 : 0,2 ETP Autres phases : à définir ultérieurement
Moyens techniques	
Coûts externes	A définir en phase 2
Calendrier	2013 - 2014
Indicateurs	nombre de démarches lancées, nombres d'acteurs labellisés, lancement effectif de la communication nationale
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 6

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Tourisme

Axe 3 – Assurer un développement coordonné des destinations et une cohérence dans la qualité de l'offre

Action : Groupes territoriaux interprofessionnels

Objectifs de l'action	Développer l'économie touristique des destinations en associant les acteurs concernés et en particulier, les collectivités et les acteurs privés qu'ils soient touristiques ou liés à des acteurs touristiques (exemple, les taxis)
Description de l'action	Deux axes pourraient être abordés dans ces groupes : -Le développement de l'activité économique -Le maintien et le développement de la qualité (concept de chaine de qualité)
Moyens humains (ressources fiscales)	
Moyens techniques	
Coûts externes	
Calendrier	
Indicateurs	nombre de groupes, nombre d'acteurs présents, faisabilité ou non du projet de groupes
Responsable projet	

FICHE ACTION n° 7

Schéma sectoriel « Appui aux Entreprises »
Volet : Tourisme

Axe 4 – S'appuyer sur les destinations phare (Mutualisation des grands acteurs touristiques de la région)

Action : Commission régionale tourisme élargie

Objectifs de l'action	Développer l'activité des grands acteurs privés du tourisme qui entraînera le développement des autres acteurs.
Description de l'action	Réunir régulièrement, au travers d'une Commission Régionale Tourisme élargie, les 20 plus grands acteurs touristiques de la région. Réservée cependant aux ressortissants des CCI, cette commission, en créant du lien entre les grands acteurs privés, du tourisme doit contribuer à développer l'activité par l'effet réseau, à mutualiser certains moyens de communication, à accroitre le poids et la représentativité de ceux qui font l'économie du tourisme. Les objectifs précis seront à définir lors d'une première réunion.
Moyens humains	Animation régionale basée sur l'équipe tourisme de CCI Poitou-Charentes, associée avec les équipes CCIT (0,3 ETP)
Moyens techniques	
Coûts externes	Eventuellement cout de location de salle si besoin.
Calendrier	Dès la rentrée 2012
Indicateurs	nombre de réunions nombre d'actions mutualisées, rapport temps passé sur le résultat effectif.
Responsable projet	Olivier Gautier (CCI Poitou-Charentes)